

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
Навчально-науковий інститут екологічної економіки і менеджменту
Кафедра менеджменту та маркетингу

ДИПЛОМНА РОБОТА

магістра

на тему: "Дослідження особливостей виходу
українських ІТ-компаній на іноземні ринки
(на прикладі ТОВ «АЙТІ СВІТ»)"

Виконав

студент гр. МЗЕД-61м
Міцкевич І. Є.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Науковий керівник

Кульчицька Е.А.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Рецензент

Шутка С.Є.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Львів – 2024 р.

6. Консультанти розділів роботи (за потреби)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання

«11» вересня 2023 р.

Науковий керівник

_____ (підпис)

Кульчицька Е.А.

_____ (прізвище, ініціали)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	11.09.23-17.09.23	
2	Розділ 1. Теоретичні та практичні аспекти виходу українських іт-компаній на іноземні ринки іт послуг.	18.09.23-15.10.23	
3	Розділ 2. Фінансово-економічна характеристика ТОВ «АЙТІ СВІТ».	16.10.23-12.11.23	
4	Розділ 3. Пропозиції виходу на зовнішні ринки ІТ-послуг та аналіз результатів їх впровадження.	13.11.23-17.12.23	
5	Висновки	18.12.23-31.12.23	
6	Оформлення графічного матеріалу та пояснювальної записки.	1.01.24-7.01.24	

Студент

_____ (підпис)

Міцкевич І. Є.

_____ (прізвище та ініціали)

Науковий керівник

_____ (підпис)

Кульчицька Е.А.

_____ (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Міцкевич І.Є. Дослідження особливостей виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки (на прикладі ТОВ «АЙТІ СВІТ»).

Мета магістерської роботи полягає у виявленні особливостей виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки (на прикладі ТОВ «АЙТІ СВІТ»).

Об'єктом дослідження є господарська діяльність ТОВ «АЙТІ СВІТ», а *предметом дослідження* – особливості виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки (на прикладі ТОВ «АЙТІ СВІТ»).

В результаті вивчення теоретичних основ та практичних особливостей виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки ІТ-послуг, а також проведеного аналізу фінансового стану ТОВ «АЙТІ СВІТ» було розроблено пропозиції виходу на зовнішні ринки ІТ-послуг та проведено аналіз результатів їх впровадження.

Пояснювальна записка магістерської роботи складається з вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Пояснювальна записка має обсяг 45 сторінок і включає 20 таблиць, 3 рисунків та список 40 використаних джерел.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, ІТ-компанії, ІТ-послуги, іноземні ринки.

ABSTRACT

Mitskevych I. Peculiarities of Ukrainian IT-companies' entry into foreign markets (based on the materials of "IT SVIT" LLC).

The aim of the master's thesis is to identify the peculiarities of the entry of Ukrainian IT companies into foreign markets (on the example of "IT SVIT" LLC).

The object of the research is the economic activity of "IT SVIT" LLC, and the subject of the research is the peculiarities of the entry of Ukrainian IT companies into foreign markets (on the example of "IT SVIT" LLC).

As a result of the study of the theoretical foundations and practical features of Ukrainian IT companies' entry into foreign IT services markets, as well as the analysis of the financial status of “IT SVIT” LLC, proposals for entry into foreign IT services markets were developed and the results of their implementation were analyzed.

The explanatory note of the master's thesis consists of an introduction, three main sections, conclusions, a list of used sources and appendices. The explanatory note has a volume of 45 pages and includes 20 tables, 3 figures and a list of 40 used sources.

Key words: foreign economic activity, IT companies, IT services, foreign markets.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ІТ-КОМПАНІЙ НА ІНОЗЕМНІ РИНКИ ІТ ПОСЛУГ.....	9
1.1. Форми виходу підприємств на зовнішні ринки	9
1.2. Практичні особливості виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки ІТ-послуг.....	12
РОЗДІЛ 2. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВ «АЙТІ СВІТ»	16
2.1. Основні види діяльності ТОВ «АЙТІ СВІТ»	16
2.2. Фінансово-економічний аналіз ТОВ «АЙТІ СВІТ»	18
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ІТ ПОСЛУГ ТА АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ.....	27
3.1. Створення ТОВ “Епом” для виходу на зовнішні ринки ІТ послуг.	27
3.2. Аналіз перших результатів діяльності ТОВ “Епом” на зовнішніх ринках ІТ послуг.....	29
3.3. Перспективи розвитку ТОВ «Епом»	33
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43
ДОДАТКИ.....	47

ВСТУП

Актуальність теми. Ринок ІТ-послуг стрімко розвивається як в Україні, так і в світі, загалом. На внутрішньому ринку особлива потреба в ІТ-послугах зростає для військових потреб. Але український ринок ІТ-послуг не спроможний забезпечити споживання усього спектру ІТ-послуг, які пропонують вітчизняні ІТ компанії, що викликає необхідність у їх виході на зовнішні ринки збуту ІТ-послуг. І не зважаючи на те, чи вітчизняна ІТ-компанія вже має повністю сформований пакет послуг, який може зацікавити іноземних замовників, чи ІТ-компанія тільки виходить на цей ринок і формує спеціалізований продукт для конкретного іноземного замовника, необхідно вірно налагодити процес виходу компанії на зовнішній ринок, що особливо актуально в умовах зростаючої конкуренції.

Оскільки кожен крок при виході на зовнішні ринки має бути продуманий, щоб забезпечити ефективну діяльність підприємства, необхідно проводити ґрунтовний аналіз потенційних ринків збуту ІТ-послуг та досліджувати особливості виходу на них українських компаній.

Мета магістерської роботи полягає у виявленні особливостей виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки (на прикладі ТОВ «АЙТІ СВІТ»).

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

висвітлити теоретичні та практичні аспекти виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки;

ознайомитись з основними видами діяльності ТОВ "АЙТІ СВІТ";

провести аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ "АЙТІ СВІТ";

розробити пропозиції виходу досліджуваного підприємства на іноземні ринки ІТ послуг та провести аналіз результатів їх впровадження.

Об'єктом дослідження є господарська діяльність ТОВ «АЙТІ СВІТ», а *предметом дослідження* – особливості виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки (на прикладі ТОВ «АЙТІ СВІТ»).

Джерельна база. Дослідженню ІТ-галузі, її особливостям та перспективам розвитку в Україні присвячені праці таких українських вчених: Винничука Р.О., Задорожнюк Н.О., Верланова Ю.Ю., Іванова С.В. та Склярука Т.В. Дослідженню інноваційних аспектів ІТ-галузі, визначенню сприятливих умови її розвитку, дослідженню світових тенденцій розвитку ІТ-галузі присвячено праці Медзєбровського І., Мешко Н.П. та Проскурні М.Г. Різноманітні аспекти виходу підприємств на зовнішні ринки, загалом, та українських ІТ-компаній, зокрема, в своїх працях висвітлюють як закордонні, так і вітчизняні науковці: В. Семенець, Р. Шинкаренко, V. Grozdanovska, N. Jankulovski, K. Wojkovska, Т. Маєвська. Зазначена проблематика висвітлюється також в працях зарубіжних науковців: Brief A., Roztockі N., Weistroffer H. Pelse M. та Zeverte-Rivza S.

При виконанні магістерської кваліфікаційної роботи використано такі методи та підходи: методи статистичного аналізу – для обробки фінансової звітності підприємства та статистичних даних сайту Trade Map і даних Державної служби статистики України, які використовувались для виявлення перспективних зовнішніх ринків надання ІТ послуг; методи дедукції та індукції – для проведення узагальнення основних теоретичних та практичних аспектів виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки ІТ послуг, а також для формування висновків та розробки рекомендацій.

Елементи наукової новизни. Визначено особливості форм виходу на іноземні ринки ІТ-послуг українських ІТ-компаній.

Практична значущість. Отримані результати допомогли визначити основних імпортерів ІТ-послуг у світі, що є важливим для подальшого розвитку новоствореного підприємства.

Апробація результатів. Частково результати дослідження магістерської кваліфікаційної роботи представлено на 75-й студентській науково-практичній конференції НЛТУ України у доповіді на тему: «Дослідження особливостей виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ІТ-КОМПАНІЙ НА ІНОЗЕМНІ РИНКИ ІТ ПОСЛУГ

1.1. Форми виходу підприємств на зовнішні ринки

Одним із шляхів розвитку підприємства, розвитку його можливостей, збільшення надходжень, прибутку та зниження ризику здійснення діяльності на одному ринку є вихід підприємства на зовнішні ринки. При виборі форми виходу підприємств на іноземні ринки необхідно врахувати вплив факторів макро- та мікросередовища функціонування підприємств на цих ринках, провести аналіз внутрішніх ресурсних можливостей підприємства (фінансових, виробничих, людських, інформаційних тощо).

У науковій літературі існують різні погляди на класифікацію форм виходу підприємств на зовнішні ринки. Зокрема, українські економісти В. В. Семенець та Р. В. Шинкаренко відзначають три форми виходу підприємств на зовнішні ринки: експорт; спільна підприємницька діяльність; пряме іноземне інвестування [2].

В праці [1] до форм виходу компаній на зовнішні ринки відносять: експортну діяльність, ліцензування та франчайзинг, партнерство та стратегічний альянс, заснування або придбання дочірньої компанії.

В багатьох іноземних публікаціях до форм виходу підприємств на зовнішні ринки відносять не тільки експорт, але й інші форми переміщення товарів з однієї країни в іншу, наприклад, імпорт; ліцензування та франчайзинг, тобто договірні угоди, що дають можливість закордонним фірмам використовувати товари, послуги та процеси підприємств з інших країн; операції з продажу виробництва, досліджень тощо [3].

І.Б. Запухляк та М.І. Головецька виокремлюють такі форми виходу підприємств на іноземні ринки як: експорт; ліцензування та франчайзинг; партнерство та стратегічний альянс; інвестиції в готове виробництво [5].

У табл. 1.1 представлено результати систематизації існуючих класифікацій виходу підприємств на зовнішні ринки.

Таблиця 1.1

Класифікації форм виходу підприємств на зовнішні ринки

Автори	Форми виходу на зовнішні ринки
В. В. Семенець та Р. В. Шинкаренко [2]	Експорт. Спільне підприємництво. Пряме іноземне інвестування.
Видання Академії Сейлора [2]	Експорт. Ліцензування та франчайзинг. Партнерство та стратегічний альянс. Придбання або заснування дочірньої компанії.
V. Grozdanovska, N. Jankulovski, K. Wojkovska [3]	Переміщення товарів з однієї країни в іншу (експорт, імпорт, торгівля). Договірні угоди, що дозволяють іноземним фірмам використовувати товари, послуги та процеси інших країн (ліцензування, франчайзинг). Операції з продажу, виробництва, досліджень та розробок та збуту на зовнішніх ринках.
І.Б. Запухляк та М.І. Головецька [5]	Експорт. Ліцензування та франчайзинг. Партнерство та стратегічний альянс. Інвестиції в готове виробництво, виробничі підприємства, складальні підприємства, збутові філії тощо.

Джерело: систематизовано автором на основі праць 1-5.

У таблиці 1.2 зазначено переваги та недоліки різних форм виходу підприємств на міжнародні ринки.

Таблиця 1.2

Переваги та недоліки форм виходу підприємства на зовнішні ринки [5]

Форми виходу на зовнішні ринки	Переваги	Недоліки
<p>Експорт <i>Непрягий експорт</i> через вітчизняних купців експортерів; через вітчизняних агентів з експорту; через вітчизняну кооперативну організацію. <i>Прямий експорт</i> через експортний відділ у власній країні; збутове відділення чи філію за кордоном; комівоаяжерів з експортних операцій; закордонних дистриб'юторів чи агентів.</p>	Швидкий вхід, низький ризик	Низький контроль, низькі знання про локальні, місцеві особливості та ринок, потенційний негативний вплив транспорту на навколишнє середовище
<p>Ліцензування та франчайзинг <i>Ліцензування</i> - це домовленість, згідно якої іноземний партнер отримує право на процес виробництва або користування торговою маркою, патентом і другими нематеріальними активами в обмін на комісійні виплати або роялті (ліцензійні платежі). <i>Франчайзинг</i> – це спосіб організації комерційної діяльності, відповідно до якого франчайзі буде вести бізнес, використовуючи ім'я франчайзера або його бренду, а також систему управління.</p>	Швидкий вхід, низька вартість, низький ризик	Нижча можливість контролю, ліцензіат може стати конкурентом, правове та нормативне середовище (міжнародне та договірне законодавство) має бути надійним
<p>Партнерство та стратегічний альянс <i>Партнерство</i> - форма участі країни в міжнародному поділі праці шляхом створення підприємства на основі спільно внесеної власності учасниками з різних країн, спільного управління, спільного розподілу прибутку і ризиків. <i>Міжнародний стратегічний альянс</i> - довгострокова угода між компаніями з різних держав з питань співробітництва щодо збуту продукції, наукових досліджень і дослідноконструкторських розробок, виробництва продукції, технологічного розвитку.</p>	Спільні витрати зменшують необхідні інвестиції, зменшують ризик, розглядається як місцева організація	Вища вартість, ніж експорт, ліцензування або франчайзинг; проблеми інтеграції між двома корпоративними культурами
<p>Інвестиції в готове виробництво, виробничі підприємства, складальні підприємства, збутові філії та ін.</p>	Швидкий вхід, максимальний контроль, можливість обійти бар'єри на імпорт.	Висока вартість, високий ризик через незнання особливостей місцевого ринку і бізнессередовища.

Отже, найменш затратною формою виходу на закордонні ринки є експорт, а також ліцензування та франчайзинг. Ширші можливості дають партнерство і стратегічний альянс, але вони вимагають існування довіри між партнерами, а також мають базуватись на багаторічній співпраці для гарантування надійності бізнесу. Найбільш складною та ризикованою формою виходу на зовнішні ринки є інвестиції в готове виробництво, але в той же час це найбільш перспективна форма з точки зору прибутковості.

1.2. Практичні особливості виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки ІТ послуг

Вибір форми виходу на зовнішній ринок залежить від численних факторів: специфіки послуг або продукції підприємства, репутації бренду, наявного бюджету, очікуваних прибутків та обсягів замовлень, особливостей ринку тощо.

Особливості вибору форми виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки ІТ послуг описані у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Особливості вибору форм виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки ІТ послуг

Форми виходу на зовнішні ринки	Суть
Експорт	<p>Надання послуг українською компанією іноземному замовнику, який використовує результат наданих послуг у власній діяльності (як продуктові, так і сервісні компанії), а також надання послуг із технічної підтримки власного продукту, експортованого іноземним замовникам.</p> <p>Завжди потрібно пам'ятати про правила та обмеження, встановлені українським законодавством для зовнішньоекономічної діяльності. Основними маркерами є валютне регулювання, бухгалтерський облік та податкові обмеження.</p> <p>Дохід за договорами про надання послуг, що експортуються, відображається в загальному порядку.</p>

Продовження табл. 1.3

Форми виходу на зовнішні ринки	Суть
	<p>Однак, з огляду на те, що в розрахунках з іноземним замовником використовується іноземна валюта, облік таких операцій регламентується не тільки П (С) БО 15, але й П (С) БО 21. Наприклад, у разі отримання попередньої оплати за послуги дохід виконавця визначається за курсом НБУ на дату надходження такої передплати на розподільчий рахунок української компанії, а у разі післяплати — на дату складання акту виконаних робіт.</p> <p>Що стосується податку на прибуток, то його нарахування та сплата здійснюється в загальному порядку, якщо операція не має ознак контрольованої.</p> <p>Базою оподаткування при нарахуванні ПДВ є договірна вартість послуг, а зобов'язання зі сплати виникають на дату отримання плати (авансу) на поточний рахунок виконавця чи оформлення документа, що підтверджує надання послуг (акт приймання-передачі), залежно від того, яка подія є першою. Загалом, операції з експорту послуг підпадають під оподаткування ПДВ, якщо місцем їх постачання є територія України. Ставка ПДВ для ІТ-послуг у такому випадку складає 20%. Відповідно до п. 186.3 Податкового кодексу України, місцем постачання ІТ-послуг вважається місце, де був зареєстрований їх отримувач як суб'єкт господарювання. Це означає, що надання ІТ-послуг іноземному замовнику (якщо він не просто перебуває за кордоном, а зареєстрований там як суб'єкт господарювання чи є фізичною особою, яка проживає за кордоном) ПДВ не сплачується. У разі постачання послуг іноземному замовнику митна декларація не складається.</p>
Ліцензування та франчайзинг	<p>Коли українська компанія напрацювала хорошу репутацію у своїй країні та має готовий продукт для виходу на іноземний ринок, існує варіант продажу своєї франшизи або ліцензії. Ця модель не є традиційною в ІТ-сфері, але має право на існування. Особливо актуальним такий варіант вважається для компаній, що розробляють певні корисні сервіси, які можуть діяти в різних країнах. Продаючи своє ім'я, інформацію про бізнес-процеси та підтримку, українська компанія може отримати безліч переваг: швидкий вихід на іноземний ринок, популярність, відомість, адаптацію продукту під ринок іншої країни тощо. Однак, як і у випадку з партнерством, згодом контрагент може перетворитися на конкурента, адже завжди існує ризик не продовження контракту та припинення ділових відносин.</p>

Продовження табл. 1.3

Форми виходу на зовнішні ринки	Суть
<p>Партнерство та стратегічний альянс (залучення партнера до процесу надання ІТ-послуг)</p>	<p>Для ефективної реалізації такого варіанта необхідно мати надійного партнера в країні, на яку націлена українська ІТ-компанія. Такий варіант є достатньо вигідним для ІТ-компаній, оскільки через іноземного партнера, особливо з надійною репутацією та «іменем», простіше залучати інвестиції та реалізовувати свій продукт за кордоном.</p> <p>Сьогодні залучення партнерів для виходу на міжнародний ринок особливо розповсюджено серед В2В компаній, яким достатньо важко самостійно вирахувати всі особливості іншого ринку, тому цілком логічним є використання досвіду місцевого партнера, який здебільшого нестиме відповідальність за маркетинг та продажі.</p> <p>Така опція є доцільною, коли існують певні бар'єри між українською компанією та іноземним замовником (політичні, культурні, економічні). Робота через надійного партнера дозволяє об'єднати ресурси та зв'язки, що підвищує ймовірність довгострокової та прибуткової гри на іноземному ринку. Однак є певні ризики: партнерство завжди передбачає розгалуженість думок, що може призвести до ускладнення прийняття необхідних бізнес-рішень, а в деяких випадках партнер може перетворитися на конкурента (особливо у разі відсутності грамотно складеного контракту про партнерство/співпрацю).</p>
<p>Інвестиції в створення дочірнього підприємства</p>	<p>За наявності достатніх фінансових ресурсів, після отримання задовільної оцінки ринку, на який планується вихід, можна розглядати варіант розширення бізнесу. В такому випадку існують дві опції — реєстрація нової компанії в країні, де розташовані потенційні контрагенти, або вибір нейтральної юрисдикції, що має надійну репутацію, сприятливий інвестиційний клімат та зручні правила ведення бізнесу. На відміну від роботи з бізнес-партнером, дочірня компанія повністю буде під контролем власника бізнесу. Дочірня компанія може напрацьовувати власну репутацію, знаходити клієнтів та закріплювати свій статус на іноземному ринку, цікавому для бізнесу загалом. Однак такий варіант вимагає значних інвестицій, що робить його доступним не для кожної української ІТ-компанії. Створення компанії «з нуля» потребує багато часу (не реєстрація, а саме імідж, що «продаватиме» ІТ-послуги), а інвестиції не скоро зможуть себе виправдати.</p> <p>Організація дочірньої компанії є доцільною, коли існує достатня матеріальна підтримка, проведений детальний аналіз ринку, знайдені потенційні замовники, а бізнес зацікавлений у довготривалій грі на відповідному іноземному ринку та у виході на інші країни.</p>

Джерело: Сформовано автором на основі праці [6]

Оскільки при виході на зовнішні ринки підприємства стикаються з жорсткою конкуренцією, крім вибору форми виходу на міжнародні ринки, підприємствам доцільно особливу увагу приділити розробці стратегії виходу на іноземні ринки.

Для розробки стратегії виходу на зовнішні ринки доцільно проводити ретельний аналіз внутрішніх ресурсів підприємства та зовнішніх можливостей, для чого часто застосовують методи як SWOT- та PEST-аналізу. Для розробки міжнародних маркетингових стратегій також доцільно застосовувати такі аналітичні підходи як матриця BCG, матриця Мак-Кінсі «Дженерел Електрик» (GE), матриця Ансофа, PIMS-аналіз, STP-аналіз, матриця Artur D. Little, SNW-підхід, GAP-аналіз тощо.

Формування міжнародної стратегії підприємства має свою специфіку порівняно з розробкою стратегії для здійснення діяльності на внутрішньому ринку, що є перспективним напрямком проведення подальших наукових досліджень.

РОЗДІЛ 2

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВ «АЙТІ СВІТ»

2.1. Основні види діяльності ТОВ «АЙТІ СВІТ»

ТОВ «АЙТІ СВІТ» було зареєстровано 27 листопада 2013 року, тобто підприємство працює на ринку ІТ-послуг вже більше 10 років.

Підприємство знаходиться за адресою: м. Київ, вул. Дмитрівська, 71.

Статутний капітал підприємства становить 17300 тис. грн.

Види діяльності підприємства відображено у таблиці 2.1. Основним видом діяльності досліджуваного підприємства є 62.01 Комп'ютерне програмування.

Таблиця 2.1

Види діяльності ТОВ «АЙТІ СВІТ»

Вид діяльності за КВЕД	Характеристика
62.01 Комп'ютерне програмування	<p>Розроблення, модифікація, тестування та технічна підтримку програмного забезпечення.</p> <p><i>Цей клас включає:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • розроблення структури та контенту та/або розроблення системи команд, необхідних для створення та виконання: <ul style="list-style-type: none"> ○ системного програмного забезпечення (у т.ч. оновленого й актуалізованого); ○ прикладних програм (у т.ч. оновлених і актуалізованих); ○ баз даних; ○ веб-сайтів; • налаштування програмного забезпечення, тобто модифікацію та конфігурацію існуючих програмних додатків, таким чином, щоб воно функціонувало в рамках інформаційної системи клієнта.
62.02 Консультування з питань інформатизації	<p><i>Цей клас включає</i> планування та проектування інтегрованих комп'ютерних систем, які поєднують апаратні засоби, програмне забезпечення та комунікаційні технології. Ці послуги можуть також включати навчання користувачів цих систем.</p>

Продовження табл. 2.1

Вид діяльності за КВЕД	Характеристика
62.03 Діяльність із керування комп'ютерним устаткуванням	<i>Цей клас включає</i> керування й експлуатацію комп'ютерних систем клієнтів та/або засобів оброблення даних таким чином, щоб вони функціонували в рамках інформаційної системи клієнта.
62.09 Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем	<i>Цей клас включає</i> іншу діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем, а також не класифікованих вище послуг, таких як: <ul style="list-style-type: none"> • відновлення комп'ютерів після ушкодження; • установлення (настроювання) персональних комп'ютерів; • інсталяцію програмного забезпечення, які не пов'язані із торгівлею комп'ютерною технікою.
63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність	<i>Цей клас включає:</i> <ul style="list-style-type: none"> • надання інфраструктури для розміщення (хостингу), оброблення даних і пов'язану із цим діяльність • надання спеціалізованих послуг з розміщення (хостингу), такі як: <ul style="list-style-type: none"> ○ веб-хостинг; ○ потокові послуги; ○ надання простору для розміщення програмних додатків; • надання веб-послуг із доставки програмних додатків; • надання центральних ЕОМ клієнтам; • оброблення даних: <ul style="list-style-type: none"> ○ повне оброблення даних, отриманих від клієнта; ○ складання спеціалізованих звітів на основі даних, отриманих від клієнта; • надання послуг з уведення даних.
63.12 Веб-портали	<i>Цей клас включає:</i> <ul style="list-style-type: none"> • керування веб-сайтами, які використовують пошукові механізми задля створення та підтримки великих баз даних Інтернет-адрес і контенту в зручному для пошуку форматі; • керування іншими веб-сайтами, що функціонують як портали в мережі Інтернет, таких як медійні сайти, що періодично поновлюють інформаційний контент.

Продовження табл. 2.1

Вид діяльності за КВЕД	Характеристика
63.99 Надання інших інформаційних послуг	<p><i>Цей клас включає надання інших інформаційних послуг, не віднесених до інших угруповань:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • надання інформаційних послуг по телефону з використанням комп'ютерної технології; • надання послуг з пошуку інформації за винагороду або на основі контракту; • надання послуг з добору новин і матеріалів із преси (медійний моніторинг) тощо.

Не дивлячись на досить широкий спектр видів діяльності в сфері надання ІТ-послуг, які зазначені у статуті підприємства, останні роки підприємство отримувало надходження в основному за рахунок здавання приміщень в оренду. Для виходу на зовнішній ринок ІТ-послуг було прийнято рішення заснувати ТОВ «ЕПОМ», яке було зареєстровано 13 квітня 2022 року. Перші результати діяльності новоствореного підприємства описані у третьому розділі.

2.2. Фінансово-економічний аналіз ТОВ «АЙТІ СВІТ»

Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «АЙТІ СВІТ» проведено на основі даних Балансу досліджуваного підприємства (форма №1-м) та Звіту про фінансові результати (форма №2-м) за 2020-2022 роки.

Динаміка активів та пасивів ТОВ «АЙТІ СВІТ» відображена у таблицях 2.2 та 2.3, відповідно.

Активи підприємства як оборотні, так і необоротні щороку зменшуються. Необоротні активи у 2021 та у 2022 роках скорочувались на 1%. Оборотні активи у 2021 році зменшились на 45%, а у 2022 році – на 38%.

Власний капітал підприємства щороку зменшується, а поточні зобов'язання зростають.

Таблиця 2.2

Динаміка активів ТОВ «АЙТІ СВІТ» у 2020-2022 рр.

Актив	2020	2021	2022	Темпи приросту (ланцюгові), %		Абсолютний приріст (ланцюговий), тис. грн.	
				2021	2022	2021	2022
I. Необоротні активи							
Нематеріальні активи	-	-	-	-	-	-	-
первісна вартість	-	-	-	-	-	-	-
накопичена амортизація	-	-	-	-	-	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	-	-	-	-	-	-	-
Основні засоби	16058,3	15876,2	15694,2	-1,13	-1,15	-182,1	-182
первісна вартість	17127,1	17127,1	17127,1	0,00	0,00	0	0
знос	1068,8	1250,9	1432,9	17,04	14,55	182,1	182
Усього за розділом I	16058,3	15876,2	15694,2	-1,13	-1,15	-182,1	-182
II. Оборотні активи							
Запаси	-	-	-	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	-	-	-	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	-	-	-	-	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	131	168,5	155,9	28,63	-7,48	37,5	-12,6
Гроші та їх еквіваленти	503,1	181,5	61,6	-63,92	-66,06	-321,6	-119,9
Витрати майбутніх періодів	-	-	-	-	-	-	-
Інші оборотні активи	-	-	-	-	-	-	-
Усього за розділом II	634,1	350	217,5	-44,80	-37,86	-284,1	-132,5
Баланс	16692,4	16226,2	15911,7	-2,79	-1,94	-466,2	-314,5

Таблиця 2.3

Динаміка пасивів балансу ТОВ «АЙТІ СВІТ» у 2020-2022 рр.

Пасив	2020	2021	2022	Темпи приросту (ланцюгові), %		Абсолютний приріст (ланцюговий), тис. грн.	
				2021	2022	2021	2022
I. Власний капітал							
Зареєстрований (пайовий) капітал	17300	17300	17300	0,0	0,0	0	0
Нерозподілений прибуток	-659	-1106,7	-1548,5	- 67,9	- 39,9	-447,7	-441,8
Усього за розділом I	16641	16193,3	15751,5	-2,7	-2,7	-447,7	-441,8
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	-	-	-	-	-	-	-
III. Поточні зобов'язання							
довгостроковими зобов'язаннями	-	-	-	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	0,4	0,3	0,3	-25,0	0,0	-0,1	0
розрахунками з бюджетом	51,0	32,6	50,3	-36,1	54,3	-18,4	17,7
у тому числі з податку на прибуток	-	-	-	-	-	-	-
розрахунками зі страхування	-	-	-	-	-	-	-
розрахунками з оплати праці	-	-	0,5	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	-	-	109,1	-	-	-	-
Усього за розділом III	51,4	32,9	160,2	-36,0	386,9	-18,5	127,3
Баланс	16692,4	16226,2	15911,7	-2,8	-1,9	-466,2	-314,5

У таблиці 2.4 відображена динаміка показників використання оборотних засобів ТОВ «АЙТІ СВІТ». Характеристика розрахованих показників предсталена у таблиці 2.5. Більшість розрахованих показників мали негативну динаміку впродовж усього досліджуваного періоду.

Таблиця 2.4

Динаміка показників використання обігових коштів ТОВ «АЙТІ СВІТ»

Показники	Роки			Напрямок позитивних змін
	2020	2021	2022	
Коефіцієнт оборотності активів	0,05	0,02	0,03	Збільшення
Тривалість одного обороту активів, днів	7826,8	17453,2	12866,6	Зменшення
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	1,4	0,7	1,6	Збільшення
Тривалість одного обороту оборотних засобів, днів	249,0	521,8	227,2	Зменшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	9,6	2,3	2,8	Збільшення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	24,7	8,1	4,7	Збільшення
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	37,4	158,8	129,9	Зменшення
Період погашення кредиторської заборгованості, днів	14,5	44,7	77,3	Зменшення

Динаміка показників платоспроможності (ліквідності) та фінансової стійкості ТОВ «АЙТІ СВІТ» відображено у таблиці 2.6, а результати аналізу їх значення представлено у таблиці 2.7.

Характеристика розрахованих показників використання обігових коштів у 2020-2022 роках

Показники	Особливості розрахунку та характеристика змін
Коефіцієнт оборотності активів	Визначається як відношення виручки (валового доходу) від реалізації продукції, без врахування податку на додану вартість та акцизного збору, до суми активів підприємства. Спостерігається постійна негативна спадаюча динаміка показника.
Тривалість одного обороту активів	Тривалість одного обороту активів визначається як відношення кількості календарних днів звітного періоду до коефіцієнта оборотності активів. Спостерігається постійна негативна динаміка збільшення значення показника.
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	Розраховується як відношення виручки (валового доходу) від реалізації продукції, без врахування податку на додану вартість та акцизного збору, до суми оборотних засобів підприємства. У 2021 році спостерігалось зниження коефіцієнта оборотності оборотних засобів, але у 2022 році показник зріс вище рівня 2020 року.
Тривалість одного обороту оборотних засобів	Визначається як відношення кількості календарних днів звітного періоду до коефіцієнта оборотності. Тривалість одного обороту оборотних засобів зросла з 249 днів у 2020 році до 522 днів у 2021 році, але знизилась до 227 днів у 2022 році.
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Знизився у 2021 році та дещо зріс у 2022 році.
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Щороку знижується.
Період погашення дебіторської заборгованості	Суттєво зріс у 2021 році та дещо знизився у 2022 році.
Період погашення кредиторської заборгованості	Щороку зростає, що є негативною тенденцією.

Таблиця 2.6

Динаміка показників ліквідності (платоспроможності) та фінансової стійкості ТОВ «АЙТІ СВІТ»

Показники	Розрахунок показників по роках			Напрямок позитивних змін
	2020	2021	2022	
Показники ліквідності (платоспроможності) підприємства				
Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	12,34	10,64	1,36	> 1 збільшення
Коефіцієнт швидкої ліквідності	12,34	10,64	1,36	0,6-0,8 збільшення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	9,79	5,52	0,38	0,2-0,35 збільшення
Показники фінансової стійкості підприємства				
Коефіцієнт платоспроможності (автономії або фінансової незалежності)	1,00	1,00	0,99	> 0,5
Коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування)	323,75	492,20	98,32	> 1 збільшення
Коефіцієнт фінансової залежності	0,00	0,00	0,01	< 1 зменшення
Власний оборотний капітал (робочий капітал), тис. грн.	583	317	57	збільшення

Таблиця 2.7

Характеристика розрахованих показників ліквідності (платоспроможності) та фінансової стійкості ТОВ «АЙТІ СВІТ» у 2018-2020 роках

Показники	Особливості розрахунку та характеристика змін
Показники ліквідності (платоспроможності) підприємства	
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Значення коефіцієнта швидкої ліквідності у 2020-2022 роках було суттєво вищим нормативного значення, що свідчить про певне гальмування розвитку підприємства через неефективне використання наявних ресурсів.

Продовження табл. 2.7

Показники	Особливості розрахунку та характеристика змін
Коефіцієнт покриття ($K_{\text{п}}$) (загальної ліквідності)	Визначається співвідношенням усіх поточних активів (за мінусом витрат майбутніх періодів) до короткострокових зобов'язань і характеризує достатність оборотних коштів підприємства для погашення своїх боргів протягом року. $K_{\text{п}}$ показує скільки грошових одиниць оборотних коштів припадає на кожну грошову одиницю короткострокових зобов'язань. Впродовж усього досліджуваного періоду значення показника було більше 1, що вказує на достатність оборотних коштів підприємства для погашення своїх боргів протягом року.
Коефіцієнт абсолютної ліквідності ($K_{\text{ал}}$)	Характеризує негайну готовність підприємства ліквідувати короткострокову заборгованість і визначається як відношення суми грошових коштів підприємства та короткотермінових фінансових вкладень до суми короткотермінових (поточних) зобов'язань. Коефіцієнт абсолютною ліквідності не відповідав нормативним значенням у 2020 та 2021 роках, але майже вийшов на нормативний рівень у 2022 році.
Показники фінансової стійкості підприємства	
Коефіцієнт платоспроможності (автономії або фінансової незалежності) ($K_{\text{авт.}}$)	Відношення загальної суми власних коштів до підсумку балансу. Чим більше значення коефіцієнта, тим кращий фінансовий стан підприємства. Значення показника відповідало нормативному у 2020-2022 роках.

Продовження табл. 2.7

Показники	Особливості розрахунку та характеристика змін
Коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування) ($K_{\text{фс}}$)	Характеризує співвідношення власних та позикових коштів. Зазначений показник впродовж усього досліджуваного періоду було суттєво більшим за 1, що з одного боку відноситься до нормативного значення, але велике значення показника може свідчити про неефективність використання коштів.
Коефіцієнт фінансової залежності	Характеризує залежність підприємства від довгострокових та поточних зобов'язань. Впродовж досліджуваних років зазначений показник відповідало нормативним межах, що вказує про фінансову незалежність підприємства.
Власний оборотний капітал (робочий капітал)	Негативним є зменшення обсягів власного оборотного капіталу, що, можливо, пов'язано з тим, що кошти підприємства були використані на створення нового підприємства для надання ІТ-послуг іноземним замовникам.

У таблиці 2.8 представлено результати розрахунку основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «АЙТІ СВІТ» у 2020-2022 роках.

Чисті доходи підприємства у 2021 році знизились на 56%, а у 2022 році зросли на 32,4%, але рівня 2020 року досягнуто не було.

Витрати підприємства поступово зростають: у 2021 році на 0,5%, а у 2022 році на 13,2%.

Впродовж усього досліджуваного періоду досліджуване підприємство було збитковим.

Седеньорічна вартість осговних фондів поступово знижується та зростає їх зношуваність.

**Динаміка основних фінансово-економічних показників діяльності
ТОВ «АЙТІ СВІТ»**

Показники	Одиниці виміру	Роки			Темпи приросту (ланцюгові), %	
		2020	2021	2022	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн.	767,2	339,5	449,6	-55,7	32,4
Витрати	тис. грн.	782,9	787,2	891,4	0,5	13,2
Фінансові результати до оподаткування	тис. грн.	-15,7	-447,7	-441,8	-2751,6	1,3
Податок на прибуток	тис. грн.	-	-	-	-	-
Чистий прибуток/збиток	тис. грн.	-15,7	-447,7	-441,8	-2751,6	1,3
Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн.	16 149	15 967	15 785	-1,1	-1,1
Знос ОФ	тис. грн.	1 069	1 251	1 433	17,0	14,5
Коефіцієнт зносу	-	0,07	0,08	0,09	14,3	12,5
Коефіцієнт придатності	-	0,93	0,92	0,91	-1,1	-1,1
Середньоспискова чисельність працівників	ос.	1	1	1	0,0	0,0

Описаний стан основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства пов'язаний з тим, що у 2020-2022 роках отримувало надходження лише із здачі приміщень підприємства в оренду, а зазначені в статуті ІТ-послуги підприємством фактично не надавались. Для виходу на зовнішній ринок ІТ-послуг було створено інше підприємство ТОВ “Епом”, суть діяльності якого і перші результати описано у третьому розділі магістерської роботи.

РОЗДІЛ 3

ПРОПОЗИЦІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ІТ-ПОСЛУГ ТА АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ

3.1. Створення ТОВ “Епом” для виходу на зовнішні ринки ІТ-послуг

З метою виходу на зовнішні ринки ІТ-послуг 13 квітня 2022 року на основі підприємства ТОВ «АЙТІ СВІТ» було створено ТОВ “Епом”, тобто новостворене підприємство функціонує на ринку ІТ-послуг 1 рік та 9 місяців.

Підприємство зареєстровано за адресою: м. Київ, вул. Ніколаєва Архітектора, 9 / 29.

Розмір статутного капіталу підприємства становить 2000 грн.

Товариство з обмеженою відповідальністю “Епом” надає послуги з повного циклу розробки програмних продуктів будь-якої складності. В компанії працюють спеціалісти з великим досвідом роботи за основними напрямками інформаційних технологій від графічного дизайну до створення систем з елементами штучного інтелекту. Основними замовниками і партнерами є іноземні клієнти, які володіють, використовують або створюють складні багатокомпонентні системи автоматизації бізнес-процесів, системи прийняття рішень, маркетингові платформи, засоби управління відносинами з клієнтами та партнерами та інші автоматизовані системи для бізнесу. Окрема група розробників також володіє знаннями та навичками створення мобільних додатків, як для потреб бізнесу, так і утилітарних засобів для кінцевих користувачів. Компанія приділяє багато уваги захисту інтелектуальної власності, комерційної таємниці та чутливих даних клієнтів, щоб зробити співпрацю з замовниками не тільки вигідною та ефективною, але й безпечною. ТОВ “Епом” може запропонувати клієнтам виконання задач різних обсягів і тому відкрите до гнучкої співпраці з замовниками усіх масштабів.

Підприємство поки працює тільки з одним замовником, який знаходиться на Кіпрі (Cube Apps Limited).

У додатках можна побачити акти прийому-передачі виконаних робіт за 2022 рік, на основі яких сформовано зведену таблицю 3.1, в якій зазначено основні види робіт, які виконувались новоствореним підприємством у 2022 році, а також обсяги виконаних робіт.

Таблиця 3.1

**Види та обсяги виконаних робіт новоствореним підприємством
ТОВ “Епом”**

Вид робіт	Затрати часу, людиногодин	Ціна, грн.	Сума, грн
1. Створення елементів користувацького інтерфейсу.	332	75,45	25050
2. виправлення помилок (попередній цикл).	237	75,00	17775
3. Задачі функціональної розробки.	855	75,00	64125
4. Інтеграція створених бібліотек	570	75,00	42750
5. Тестування.	373	75,00	27975
6. виправлення помилок.	339	75,00	25425
7. Задачі з поточної технічної підтримки.	190	75,00	14250
8. Планування і технічні дослідження.	182,5	71,92	13125
Разом	3078,5	74,87	230475

Організаційна структура управління ТОВ “Епом” представлена на рис. 3.1.

У додатках до дипломної роботи також можна побачити штатний розпис новоствореного підприємства.

У 2022 році середня кількість працівників на підприємстві становила 10 осіб. Станом на липень 2023 року на підприємстві працює 13 осіб. Очолює новостворене підприємство директор, в підпорядкуванні якого знаходиться 11 фахівців з інформаційних технологій та заступник директора, який також є фахівцем з інформаційних технологій, а за виконання функцій заступника директора отримує надбавку.

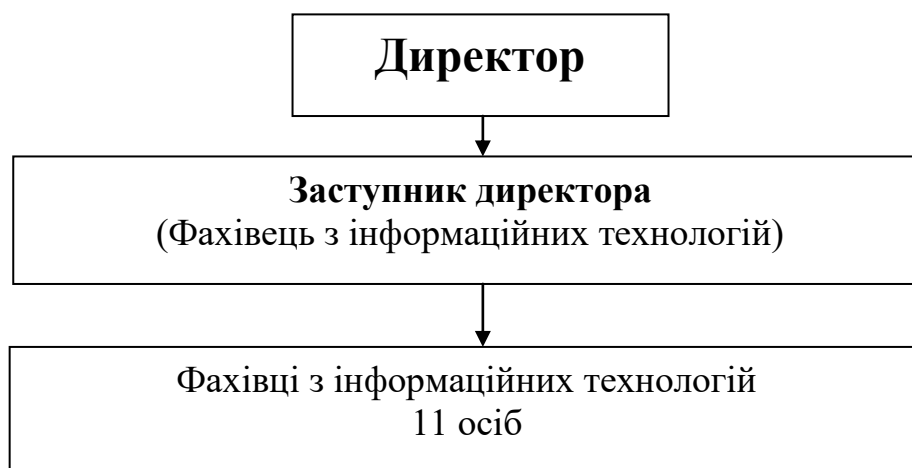


Рис. 3.1. Організаційна структура управління ТОВ “Епом”

Серед 11 фахівців з інформаційних технологій семеро отримують нижчий посадовий оклад, а четверо вищий.

3.2. Аналіз перших результатів діяльності ТОВ “Епом” на зовнішніх ринках ІТ-послуг

Проект створення ТОВ “Епом” для виходу на зовнішні ринки ІТ-послуг почав реалізовуватись з 13 квітня 2022 року, коли підприємство було зареєстровано.

Отже, проаналізуємо результати діяльності новоствореного підприємства у 2022 році.

У таблиці 3.2 представлено результати розрахунку показників використання обігових засобів ТОВ “Епом”, оскільки вони є одними з важливих показників, по яких можна зробити висновок про фінансовий стан підприємства.

Коефіцієнт оборотності активів ТОВ “Епом” є більшим, ніж був на ТОВ «АЙТІ СВІТ», а тривалість одного обороту активів є значно меншою, що є позитивною ознакою.

Коефіцієнт оборотності оборотних засобів та тривалість їх одного обороту знаходяться приблизно на одному рівні з аналогічними показниками ТОВ «АЙТІ СВІТ», на базі якого створено ТОВ “Епом”.

Таблиця 3.2

Показники використання обігових засобів ТОВ «Епом» у 2022 році

Показники	Значення
Коефіцієнт оборотності активів	1,10
Тривалість одного обороту активів, днів	326,1
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	1,1
Тривалість одного обороту оборотних засобів, днів	326,1
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	26,5
Тривалість одного обороту запасів, днів	13,6
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1,1
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,4
Тривалість погашення дебіторської заборгованості, днів	315,2
Тривалість погашення кредиторської заборгованості, днів	266,6

Джерело: розраховано автором на основі даних балансу підприємства (форма №1-м) за 2020-2022 рр.

Коефіцієнти оборотності дебіторської та кредиторської заборгованостей є нижчими від рівня аналогічних показників ТОВ «АЙТІ СВІТ», а тривалість погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей є значно більшою, що є негативною ознакою новоствореного підприємства.

Результати розрахунку показників ліквідності (платоспроможності) та фінансової стійкості новоствореного підприємства представлено у таблиці 3.3.

Коефіцієнт загальної ліквідності (або коефіцієнт покриття) новоствореного підприємства за 2022 рік є більше 1, що свідчить про те, що ТОВ «ЕПОМ» вчасно ліквідує борги, тобто у підприємства було достатньо оборотних коштів, щоб погасити свої борги впродовж року.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності практично відповідав нормативному значенню, що свідчить про готовність новоствореного підприємства ліквідувати короткострокову заборгованість.

Таблиця 3.3

**Показники ліквідності (платоспроможності) та фінансової стійкості
ТОВ «Епом» у 2022 році**

Показники	Значення	Напрямок позитивних змін
Показники ліквідності (платоспроможності) підприємства		
Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	1,22	> 1 збільшення
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,22	0,6-0,8 збільшення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,18	0,2-0,35 збільшення
Показники фінансової стійкості підприємства		
Коефіцієнт платоспроможності (автономії або фінансової незалежності)	0,18	> 0,5
Коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування)	0,22	> 1 збільшення
Коефіцієнт фінансової залежності	4,46	< 1 зменшення
Власний оборотний капітал (робочий капітал), тис. грн.	873	збільшення

Джерело: розраховано автором на основі даних балансу підприємства (форма №1-м) за 2020-2022 рр.

Коефіцієнт швидкої ліквідності новоствореного підприємства у 2022 році перевищував нормативне значення, що може бути ознакою певного гальмування розвитку підприємства у зв'язку із неефективним використанням його ресурсів.

Коефіцієнт фінансової незалежності у 2022 році був нижче нормативного значення, що вказує на фінансову залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування.

Коефіцієнт фінансової стабільності у 2022 році також не відповідав нормативному рівню, що вказує на недостатній рівень фінансової стійкості новоствореного підприємства і залежність його від зовнішніх джерел фінансування, оскільки позикові кошти перевищують власні.

Коефіцієнт фінансової залежності також не відповідав нормативному рівню у 2022 році, що також вказує на залежність новоствореного підприємства від довгострокових та поточних зобов'язань.

Розмір власного оборотного капіталу (робочого капіталу) новоствореного підприємства вказує на здатність підприємства оплатити власні поточні борги та на наявність достатніх фінансових ресурсів для здійснення подальшого розширення своєї діяльності та подальшого інвестування.

Показники рентабельності ТОВ «Епом» відображено на рис. 3.2.

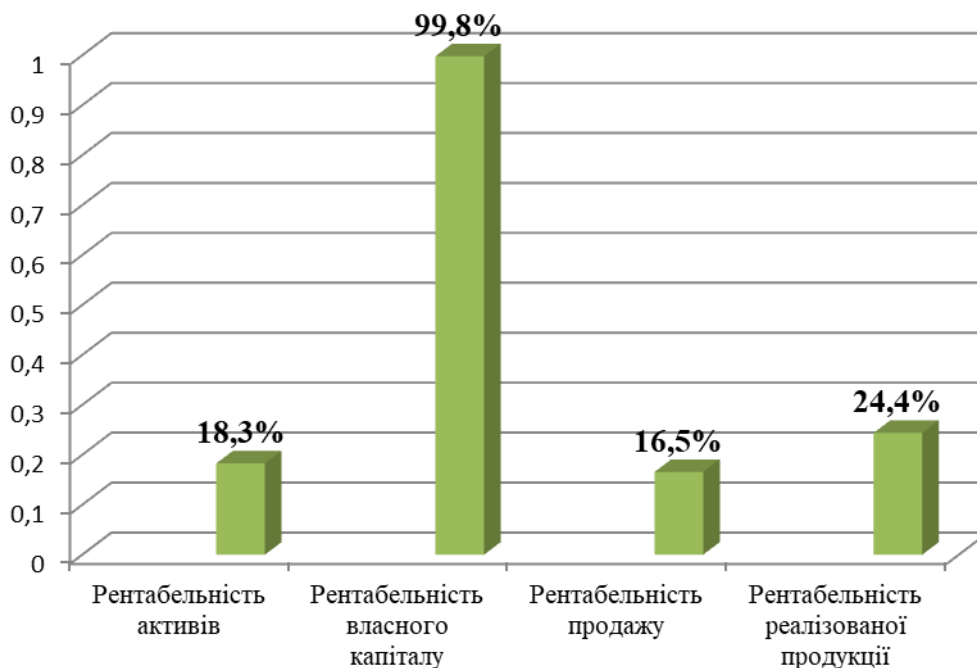


Рис. 3.2. Показники рентабельності ТОВ «Епом» у 2022 році

Основні фінансово-економічні показники новоствореного підприємства ТОВ «Епом» у 2022 році відображено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Основні фінансово-економічні показники новоствореного підприємства ТОВ «Епом» у 2022 році

Показники	Одиниці виміру	Значення
Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн.	5274,6
Інші доходи	тис. грн.	271,7
Разом доходи	тис. грн.	5546,3
Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	4240,7
Інші витрати	тис. грн.	241,1
Разом витрати	тис. грн.	4481,8
Фінансові результати до оподаткування	тис. грн.	1064,5
Податок на прибуток	тис. грн.	191,6
Чистий прибуток/збиток	тис. грн.	872,9
Затрати на 1 грн. реалізованої продукції	грн./грн.	0,804
Рентабельність реалізованої продукції	%	24,4
Середньоспискова чисельність працівників	осіб	10
Обсяги реалізації на одного працюючого	тис. грн./ос.	527,46

З рис. 3.2 та табл. 3.4 видно, що новостворене підприємство було прибутковим та з належним рівнем рентабельності на відміну від ТОВ «АЙТІ СВІТ».

3.3. Перспективи розвитку ТОВ «Епом»

Визначаючи перспективні напрямки розвитку новоствореного підприємства, було проаналізовано наукові праці з вивчення перспективних напрямків розвитку ІТ-галузі. Задорожнюк Н.О. виокремила 12 перспективних напрямків розвитку ІТ-галузі в Україні, які зазначено на рис. 3.3.

Для пошуку потенційних замовників ІТ-послуг на зовнішніх ринках проаналізуємо основних імпортерів ІТ-послуг у світі. У додатках А-В представлено динаміку світових обсягів імпорту послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг, географічна структура світового імпорту зазначеної категорії послуг та темпи приросту. Основними імпортерами цієї категорії послуг у світі є США, Німеччина та Китай, на які припадає 23% світового імпорту таких послуг.

У таблиці 3.5 представлено динаміку обсягів імпорту саме комп'ютерних послуг у світі у 2018-2022 роках. На основі табл. 3.5 у табл. 3.6 представлена географічна структура імпорту комп'ютерних послуг у світі. Найбільшими імпортерами комп'ютерних послуг у світі є Німеччина та США, які у 2022 році імпортували 26% світових обсягів комп'ютерних послуг.

Темпи приросту обсягів імпорту комп'ютерних послуг у світі зростали до 2022 року, а у 2022 році знизились на 3,4%. Але темпи приросту обсягів імпорту найбільших імпортерів зазначеної категорії послуг зростають впродовж останніх років.

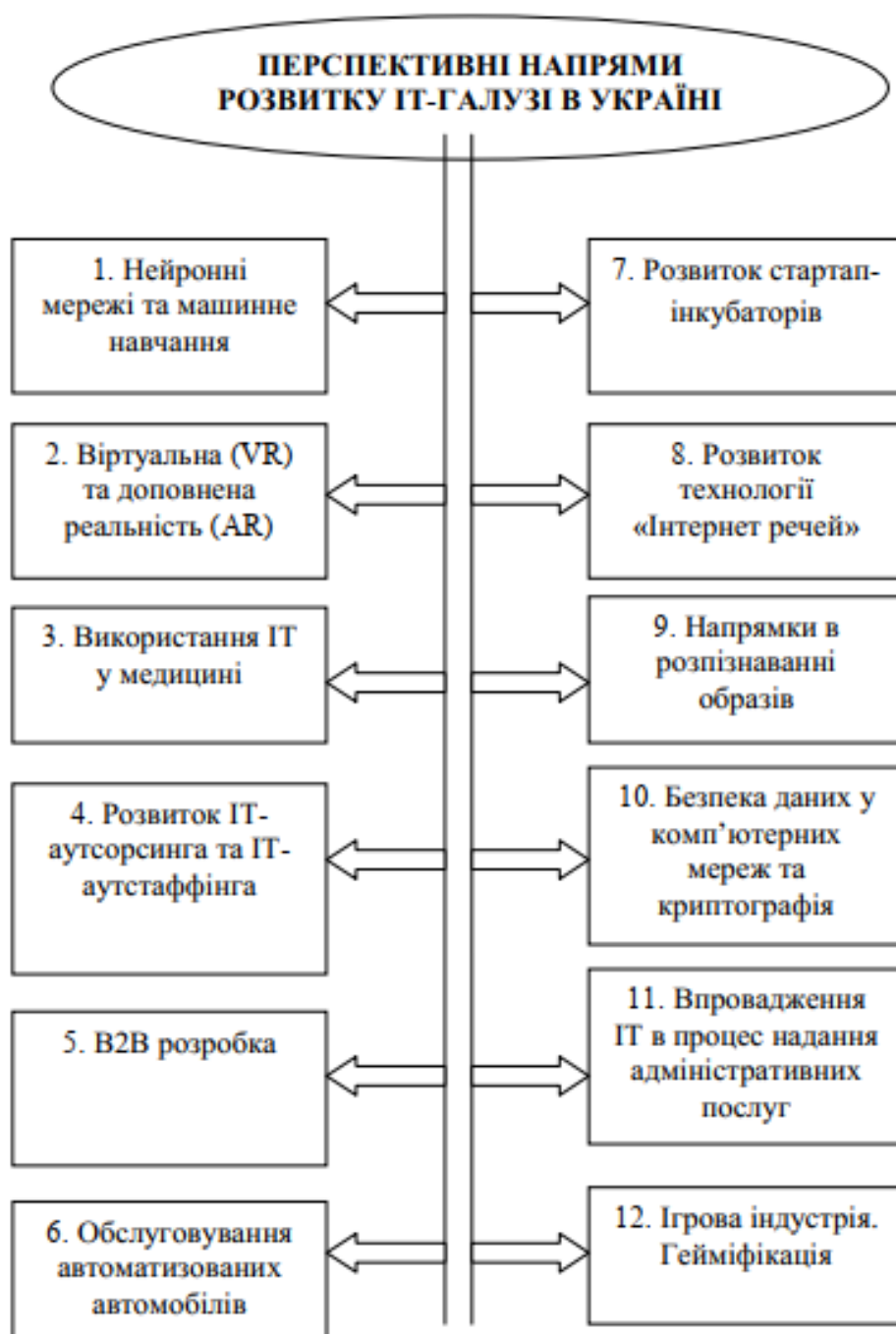


Рис. 3.3. Перспективні напрями розвитку ІТ-галузі в Україні [21]

У табл. 3.8 представлено динаміку світових обсягів імпорту саме програмного забезпечення. Дані по цій категорії послуг на сайті TradeMap є тільки до 2022 року та не по всіх країнах. Але по тих країнах, по яких є інформація, можна зробити висновок, що по цій ще більш вузькій категорії послуг основними імпортерами також є США та Німеччина.

Таблиця 3.5

Динаміка обсягів імпорту комп'ютерних послуг у світі, тис. дол. США

Країни	2018	2019	2020	2021	2022
Всього у світі	259693340	292936790	299449528	344817052	333218847
Німеччина	34668101	37111699	36563982	41507088	43650312
США	34056000	34995000	35411000	39288000	43025000
Франція	16153096	17481714	21124917	24239080	25386132
Сінгапур	12483007	14339318	19599394	23387711	23045309
Японія	14684000	18968500	19715400	22774100	19660289
Нідерланди	13173902	14904348	16542426	17951869	18510336
Індія	5585866	7870894	9089115	12360704	14908275
Бельгія	6857803	8795711	9318036	11144962	12822976
Ірландія	6177573	6752670	9315556	9619227	10874423
Швеція	6451298	7236775	7993566	9423815	10534293
Об'єднане Королівство	6666831	6623310	6596157	10161403	9405872
Австрія	5699286	6366452	6847466	8127791	8288486
Бразилія	3800237	4426489	5029710	5588727	7997594
Польща	3738072	3965741	4753186	5775067	7302383
Італія	5287015	5604649	5966490	6027954	6931138
Норвегія	3711535	4029399	5629584	5940559	6247677
Іспанія	4939933	5452960	6140446	6610336	6226081
Республіка Корея	3838100	3818300	4392900	6758900	5474921
Фінляндія	3723550	4210344	4701279	5069225	5072710
Індонезія	2158784	2476955	2597932	3545117	3949481
Кіпр	-	1983709	2734417	3312264	3891636
Інші	65839351	75521853	59386569	66203153	40013523

Джерело: сформовано автором на основі статистичних даних сайту TradeMap

Таблиця 3.6

Географічна структура імпорту комп'ютерних послуг у світі, %

Країни	2018	2019	2020	2021	2022
Всього у світі	100	100	100	100	100
Німеччина	13,3	12,7	12,2	12,0	13,1
США	13,1	11,9	11,8	11,4	12,9
Франція	6,2	6,0	7,1	7,0	7,6
Сінгапур	4,8	4,9	6,5	6,8	6,9
Японія	5,7	6,5	6,6	6,6	5,9
Нідерланди	5,1	5,1	5,5	5,2	5,6
Індія	2,2	2,7	3,0	3,6	4,5
Бельгія	2,6	3,0	3,1	3,2	3,8
Ірландія	2,4	2,3	3,1	2,8	3,3
Швеція	2,5	2,5	2,7	2,7	3,2
Об'єднане Королівство	2,6	2,3	2,2	2,9	2,8
Австрія	2,2	2,2	2,3	2,4	2,5
Бразилія	1,5	1,5	1,7	1,6	2,4
Польща	1,4	1,4	1,6	1,7	2,2
Італія	2,0	1,9	2,0	1,7	2,1
Норвегія	1,4	1,4	1,9	1,7	1,9
Іспанія	1,9	1,9	2,1	1,9	1,9
Республіка Корея	1,5	1,3	1,5	2,0	1,6
Фінляндія	1,4	1,4	1,6	1,5	1,5
Індонезія	0,8	0,8	0,9	1,0	1,2
Кіпр	0,0	0,7	0,9	1,0	1,2
Інші	25,4	25,8	19,8	19,2	12,0

Джерело: сформовано автором на основі статистичних даних сайту TradeMap.

Таблиця 3.7

Темпи приросту (ланцюгові) обсягів імпорту комп'ютерних послуг у світі, %

Країни	2019	2020	2021	2022
Всього у світі	12,8	2,2	15,2	-3,4
Німеччина	7,0	-1,5	13,5	5,2
США	2,8	1,2	10,9	9,5
Франція	8,2	20,8	14,7	4,7
Сінгапур	14,9	36,7	19,3	-1,5
Японія	29,2	3,9	15,5	-13,7
Нідерланди	13,1	11,0	8,5	3,1
Індія	40,9	15,5	36,0	20,6
Бельгія	28,3	5,9	19,6	15,1
Ірландія	9,3	38,0	3,3	13,0
Швеція	12,2	10,5	17,9	11,8
Об'єднане Королівство	-0,7	-0,4	54,1	-7,4
Австрія	11,7	7,6	18,7	2,0
Бразилія	16,5	13,6	11,1	43,1
Польща	6,1	19,9	21,5	26,4
Італія	6,0	6,5	1,0	15,0
Норвегія	8,6	39,7	5,5	5,2
Іспанія	10,4	12,6	7,7	-5,8
Республіка Корея	-0,5	15,0	53,9	-19,0
Фінляндія	13,1	11,7	7,8	0,1
Індонезія	14,7	4,9	36,5	11,4
Кіпр	-	37,8	21,1	17,5
Інші	14,7	-21,4	11,5	-39,6

Джерело: сформовано автором на основі статистичних даних сайту TradeMap.

Таблиця 3.8

Динаміка обсягів імпорту програмного забезпечення, тис. дол. США
(за кодом 9.2.1 Computer services, Software)

Країни	2018	2019	2020	2021	2022
США	12399000	11342000	7812000	9755000	11499000
Австрія	1189221	1700482	1977141	2315806	-
Болгарія	96548	111837	115434	156343	-
Хорватія	206785	214715	242146	275933	-
Чеська Республіка	324690	359322	494558	566304	-
Фінляндія	922325	1024319	1290682	1616806	-
Німеччина	10897848	12866121	-	-	-
Ізраїль	1651300	1755200	-	-	-
Республіка Корея	340600	299100	699900	1265300	-
Литва	210092	228037	187663	272740	-
Нова Зеландія	665400	713600	844400	1217600	-
Польща	1629102	1706783	3111787	-	-
Румунія	-	-	-	2453643	-
Разом	30532911	32321516	16775711	19895475	11499000

У таблиці 3.9 представлена географічна структура імпорту програмного забезпечення у світі, з якої видно, що найбільшим імпортером зазначеної категорії послуг впродовж усього досліджуваного періоду також залишається США.

Таблиця 3.9

Географічна структура імпорту програмного забезпечення у світі, %
(за кодом 9.2.1 Computer services, Software)

Країни	2018	2019	2020	2021
США	41%	35%	47%	49%
Австрія	4%	5%	12%	12%
Болгарія	0%	0%	1%	1%
Хорватія	1%	1%	1%	1%
Чеська Республіка	1%	1%	3%	3%
Фінляндія	3%	3%	8%	8%
Німеччина	36%	40%	0%	0%
Ізраїль	5%	5%	0%	0%
Республіка Корея	1%	1%	4%	6%
Литва	1%	1%	1%	1%
Нова Зеландія	2%	2%	5%	6%
Польща	5%	5%	19%	0%
Румунія	0%	0%	0%	12%
Разом	100%	100%	100%	100%

ТОВ "Епом" має плани розвитку за кількома напрямками. В першу чергу, це можливість збільшення обсягів виконання робіт за рахунок збільшення кількості працівників та долучення до команди спеціалістів з більш широким спектром професійного досвіду. Також, компанія зацікавлена у перенаціленні з аутсорсингу на діяльність по створенню власних програмних продуктів, що сприятиме зростанню ефективності. Як перспективний напрямок також можна розглядати можливість створення програмних продуктів для оборонних потреб, хоча це потребує набуття спеціалістами компаній деяких специфічних навичок, які зазвичай не властиві програмному забезпеченню для бізнесу, яким компанія займається зараз.

У поточній моделі роботи найбільш перспективними замовниками є клієнти з країн Європи, де, незважаючи на високу конкуренцію, компанія вже користується певною репутацією. Потенційно доступ до великого ринку країн Південно-Східної Азії можна отримати, розвиваючи співробітництво з партнерами з Гонконгу. Хоча загалом галузь програмних рішень для цифрового маркетингу, яка є основною для замовників компанії, представлена багатьма країнами світу. Такий бізнес є міжнародним і глобальним, завдяки можливостям сучасних інформаційних технологій, тому географічна прив'язка є менш важливою у пошуку клієнтів.

На даний момент найбільш перспективними послугами залишаються різні етапи розробки програмних рішень для автоматизації чисельних бізнес-процесів, працюючих за моделлю Software as a Service (програмне забезпечення як послуга), що виконуються на сервері власника, тоді як користувачі отримують віддалений доступ до такого програмного забезпечення. Все більш поширеним стає використання елементів штучного інтелекту в подібних системах, зокрема для обробки великих обсягів неупорядкованих даних, прийняття рішень, прогнозування показників і таке інше. Відповідно, розробники, здатні створювати такі компоненти, користуються значним попитом.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У першому розділі магістерської роботи висвітлено теоретичні та практичні аспекти виходу українських ІТ-компаній на іноземні ринки ІТ послуг. Зокрема, розглянуто переваги та недоліки різних форм виходу підприємств на міжнародні ринки та особливості їх вибору українськими ІТ-компаніями при виході на іноземні ринки ІТ послуг.

У другому розділі описані основні види діяльності ТОВ «АЙТІ СВІТ» та проведено його фінансово-економічний аналіз. Не дивлячись на те, що основним видом діяльності підприємства є комп'ютерне програмування та надання інших ІТ-послуг, в останні роки підприємство отримувало надходження тільки від здавання в оренду приміщень.

Результати фінансово-економічного аналізу показали, що чисті доходи ТОВ «АЙТІ СВІТ» у 2021 році знизились на 56%, а у 2022 році зросли на 32,4%, але рівня 2020 року досягнуто не було.

Витрати підприємства поступово зростають: у 2021 році на 0,5%, а у 2022 році на 13,2%.

Впродовж усього досліджуваного періоду досліджуване підприємство було збитковим.

Седеньорічна вартість осговних фондів поступово знижується та зростає їх зношуваність.

З метою виходу на зовнішні ринки ІТ-послуг 13 квітня 2022 року на основі підприємства ТОВ «АЙТІ СВІТ» було створено ТОВ “Епом”, тобто новостворене підприємство функціонує на ринку ІТ-послуг 1 рік та 9 місяців.

ТОВ “Епом” надає послуги з повного циклу розробки програмних продуктів будь-якої складності. В компанії працюють спеціалісти з великим досвідом роботи за основними напрямками інформаційних технологій від графічного дизайну до створення систем з елементами штучного інтелекту. Основними замовниками і партнерами є іноземні клієнти, які володіють, використовують або створюють складні багатокомпонентні системи автоматизації

бізнес-процесів, системи прийняття рішень, маркетингові платформи, засоби управління відносинами з клієнтами та партнерами та інші автоматизовані системи для бізнесу. Окрема група розробників також володіє знаннями та навичками створення мобільних додатків, як для потреб бізнесу, так і утилітарних засобів для кінцевих користувачів.

У 2022 році підприємство надавало послуги підприємству, яке знаходиться на Кіпрі (Cube Apps Limited).

У 2022 році середня кількість працівників на підприємстві становила 10 осіб. Станом на липень 2023 року на підприємстві працює 13 осіб. Очолює новостворене підприємство директор, в підпорядкуванні якого знаходиться 11 фахівців з інформаційних технологій та заступник директора, який також є фахівцем з інформаційних технологій, а за виконання функцій заступника директора отримує надбавку.

Аналіз результатів функціонування ТОВ «Епом» на зовнішніх ринках ІТ-послуг показав, що новостворене підприємство було прибутковим та з належним рівнем рентабельності на відміну від ТОВ «АЙТІ СВІТ».

Для пошуку потенційних замовників ІТ-послуг на зовнішніх ринках було проаналізовано основних імпортерів ІТ-послуг у світі на основі статистичних даних сайту TradeMap.

Було проаналізовано світових імпортерів послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг, окремо проведено аналіз по імпорту саме комп'ютерних послуг, а також проаналізовано імпортерів власне програмного забезпечення.

По всіх трьох категоріях лідерами з імпорту є США та Німеччина, тому рекомендуємо новоствореному підприємству з метою розвитку своєї ЗЕД звернути увагу на налагодження відносин з замовниками на цих ринках.

ТОВ "Епом" має плани розвитку за кількома напрямками:

1. В першу чергу, це можливість збільшення обсягів виконання робіт за рахунок збільшення кількості працівників та долучення до команди спеціалістів з більш широким спектром професійного досвіду.

2. Також, компанія зацікавлена у перенаціленні з аутсорсингу на діяльність по створенню власних програмних продуктів, що сприятиме зростанню ефективності.

3. Як перспективний напрямок також можна розглядати можливість створення програмних продуктів для оборонних потреб, хоча це потребує набуття спеціалістами компаній деяких специфічних навичок, які зазвичай не властиві програмному забезпеченню для бізнесу, яким компанія займається зараз.

4. У поточній моделі роботи найбільш перспективними замовниками є клієнти з країн Європи, де, незважаючи на високу конкуренцію, компанія вже користується певною репутацією. Потенційно доступ до великого ринку країн Південно-Східної Азії можна отримати, розвиваючи співробітництво з партнерами з Гонконгу. Хоча загалом галузь програмних рішень для цифрового маркетингу, яка є основною для замовників компанії, представлена багатьма країнами світу. Такий бізнес є міжнародним і глобальним, завдяки можливостям сучасних інформаційних технологій, тому географічна прив'язка є менш важливою у пошуку клієнтів.

5. На даний момент найбільш перспективними послугами залишаються різні етапи розробки програмних рішень для автоматизації чисельних бізнес-процесів, працюючих за моделлю Software as a Service (програмне забезпечення як послуга), що виконуються на сервері власника, тоді як користувачі отримують віддалений доступ до такого програмного забезпечення. Все більш поширеним стає використання елементів штучного інтелекту в подібних системах, зокрема для обробки великих обсягів невпорядкованих даних, прийняття рішень, прогнозування показників і таке інше. Відповідно, розробники, здатні створювати такі компоненти, користуються значним попитом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. International Business. v. 1.0. International-Expansion Entry Modes. Publisher: Saylor Academy. 2012. URL: https://saylordotorg.github.io/text_international-business/s12-03-international-expansion-entry.html (the date of application: 08.12.2023)
2. Семенець В.В., Шинкаренко Р.В. Сутність та особливості форм виходу підприємств на зовнішні ринки. *СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ*. Випуск 1 (12). 2018. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/SHinkarenko-R.V.-Semenets-V.V.pdf> (дата звернення 08.12.2023)
3. Grozdanovska V., Jankulovski N., Vojkovska K. International Business and Trade. International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR). 2017. 31(3):105-114. URL: https://www.researchgate.net/publication/329487447_International_Business_and_Trade (the date of application: 08.03 2021).
4. Маєвська Т. Пріоритетні напрями регулювання зовнішньоекономічної діяльності в ІТ-сфері. *Менеджмент*. 2022. Вип. 1 (35). - С. 132-142.
5. Запухляк І. Б., Головецька М. І. Переваги та недоліки форм виходу підприємства на зовнішні ринки. *II Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи»*. 2021. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230864> (дата звернення 08.12.2023)
6. Особливості виходу української ІТ-компанії на іноземні ринки: які моменти варто враховувати? URL: <https://jur-gazeta.com/publications/practice/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/osoblivosti-vihodu-ukrayinskoyi-itkompaniyi-na-inozemni-rinki-yaki-momenti-varto-vrahovuvati.html>
7. Винничук Р.О., Склярчук Т.В. Особливості розвитку ІТ-ринку в Україні: стан та тенденції. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Логістика. 2015. № 833. С. 3-8.
8. Верланов Ю.Ю., Верланов О.Ю. ІТ-сектор України: розвиток заради розвитку. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили*

комплексу. Києво-Могилянська академія. Серія: Економіка. 2010. № 145, Вип. 132. – С. 55-61.

9. Іванов С.В., Солдак М.О. Високотехнологічні послуги: світові тенденції та стан у промислових регіонах України. *Вісник економічної науки України*. 2016. № 2 (31). – С. 79-87.

10. Медзєбровський І., Дудар З., Ковалюк Т. Створення в Україні сприятливих умов для розвитку індустрії програмного забезпечення. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 719. С. 60-65.

11. Мешко Н.П., Костюченко М.К. Перспективи розвитку сфери ІТ як провідної інноваційної галузі України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. 2015. Т. 23. № 4. С. 71-77.

12. Проскурня М.Г. Комплексна оцінка розвитку підприємств інформаційно-комунікаційних технологій. *Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки*. 2014. № 1. С. 30-39.

13. Zadorozhniuk N. Analysis of global trends in the development of the IT field. *Економічний форум*. Луцьк : ЛНТУ. 2018. № 1. С. 35-38.

14. Brief, A. Introduction to Neural Networks. D.: Kriesel, 2007. – 244 p.

15. Roztockı N. Information and communication technology in transition economies: an assessment of research trends. *Information Technology for Development*. 2015. Т. 21. № 3. P. 330-364.

16. Pelse M., Zeverte-Rivza S. Innovations and use of information and communication technologies in entrepreneurship in Latvia. *Engineering for rural development, Jelgava, 20-22.05.2015*. P. 681-687.

17. Sojaa P., P. Rupino da Cunhab. ICT in Transition Economies: Narrowing the Research Gap to Developed Countries. *Information Technology for Development*. 2015. Vol. 21. № 3. P. 323-329.

18. Лабжанія Р.Г. Вплив аутсорсингу на розвиток світового ринку іт-послуг. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2013. № 113 (2). С. 218-223.

19. Комітет ІТ Європейської бізнес асоціації (ЕВА) URL: <https://eba.com.ua/comitet/information-technologies/>.

20. Задорожнюк Н.О. IT-аутсорсинг та перспективи його розвитку в Україні. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 5/3. С. 9-11.
21. Задорожнюк Н.О. Перспективні напрями розвитку IT галузі в Україні. *ECONOMICS: time realities*. 2019. №6 (46). С. 77-84
22. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник. Львів: Афіша, 2004. – 140 с.
23. Статистичне забезпечення маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2015. 400 с.
24. Акіліна О.В., Пасічник В.Г. Економічне обґрунтування господарських рішень: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 144 с.
25. Мних Є.В. Економічний аналіз: Підручник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 472 с.
26. Крикавський Є.В. Маркетинговий менеджмент : навч. Посібник / Є.В. Крикавський, І.О. Дейнега, О.В. Дейнега, І.Ф. Лорві. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с.
27. Кіндрацька Г.І. Аналіз господарської діяльності : навч. посібник / Г.І. Кіндрацька, А.Г. Загородній, Ю.І. Кулиняк. – Львів : ЗУКЦ, 2017. – 310 с.
28. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. 640 с.
29. Приб К.А., Патика Н.І. Діагностика в системі управління URL: https://pidruchniki.com/88196/menedzhment/diagnostika_v_sistemi_upravlinnya
30. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / [Крикавський Є.В., Косар Н.С., Мних О.Б., Сорока О.А.]. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту після дипломної освіти), «Інтелект-Захід» 2004. 288 с.
31. Фещур Р.В., Барвінський А.Ф., Кічор В.П. Статистика : навч. посіб.; за наук. ред. Р.В. Фещура. [3-є вид. оновлене і доповнене]. Львів: "Інтелект-Захід", 2006. 256 с.

32. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2009. 256 с.
33. Семенов Г.А., Панкова М.О., Семенов А.Г. Економіка підприємства: Навчальний посібник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 328 с.
34. Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства / видання 2-ге перероблене та доповнене. Навч. Посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. 400 с.
35. Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Мозіль О.І. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства: Опорний конспект лекцій. – Центр навчальної літератури, 2004. 99 с.
36. Портер Майкл Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів / пер. з англ. Наталія Кошманенко. К.: Наш формат, 2020. 424 с.
37. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. 2-ге вид., зі змінами та доп. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 424 с.
38. Ibrahim E. B., Harrison T. The impact of internal, external, and competitor factors on marketing strategy performance. *Journal of Strategic Marketing*. 2019. Vol. 28, Issue 7. P. 639–658. DOI: <https://doi.org/10.1080/0965254X.2019.1609571>
- Morgan N. A., Whitler K. A., Feng H. et al. Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2019. Vol. 47, Issue 1. P. 4–29. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
39. Зінь Е.А. Основи зовнішньоекономічної діяльності: термінол. слов.: [3168 термінів: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Н.С. Дука; за заг. ред.; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. Рівне: НУВГП, 2011. 471 с.
40. Яцун Л. М., Ольшанський О. В., Селютін В. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : Навчальний посібник. Умань : Сочінський, 2012. – 343 с.

ДОДАТКИ

**Динаміка світових обсягів імпорту послуг у сфері телекомунікації,
комп'ютерних та інформаційних послуги, тис. дол. США**

Країни	2018	2019	2020	2021	2022
Всього у світі	385218106	415736949	458178634	519080625	530113770
США	41701000	42768000	43612000	49756000	53636000
Німеччина	41994742	44278575	43558791	49938844	52517442
Китай	23775046	26860633	32967529	40113435	38032767
Франція	24720921	24247818	27539490	31111984	31717825
Сінгапур	14689270	16821801	22891677	26940267	26854787
Нідерланди	18626015	20406005	21773228	23827250	25255545
Японія	17282100	22253100	22553200	25719600	22242192
Об'єднане Королівство	15048066	14203931	16047445	17836096	17434944
Швейцарія	15816138	15946606	16128094	17252847	17180799
Індія	7088093	9602832	11007250	14389541	17175980
Бельгія	10429009	12094803	12343713	14649421	16229586
Італія	11514188	11700636	12325895	13277916	14783750
Швеція	8889564	9569918	10744795	12576641	14573667
Ірландія	6985346	7532944	10304893	10752292	12155340
Канада	7265700	7997500	9482900	10364700	10415058
Іспанія	7833271	8139699	8789199	10558323	9944575
Австрія	6875517	7522869	8020501	9465471	9664880
Бразилія	4788987	5401061	5966796	6428264	8856096
Данія	6133711	6750497	7979295	8713802	8599934
Польща	4800463	4888868	5841679	6968050	8493360
Норвегія	4418048	4720566	6402478	6689699	6983210
Люксембург	5098181	6326150	6147299	7469005	6936431
Республіка Корея	5053200	5207900	6116800	7862600	6592897
Індонезія	2876639	3133089	3399997	4781839	5712256
Фінляндія	4377798	4775678	5418578	5565976	5473747
Об'єднані Арабські Емірати	3458135	3567052	4302246	4138870	5278710
Інші	63678958	69018418	76512866	81931892	77371992

Джерело: сформовано автором на основі статистичних даних сайту TradeMap.

**Географічна структура світового імпорту послуг у сфері
телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуги, %**

Країни	2018	2019	2020	2021	2022
Всього у світі	100	100	100	100	100
США	10,8	10,3	9,5	9,6	10,1
Німеччина	10,9	10,7	9,5	9,6	9,9
Китай	6,2	6,5	7,2	7,7	7,2
Франція	6,4	5,8	6,0	6,0	6,0
Сінгапур	3,8	4,0	5,0	5,2	5,1
Нідерланди	4,8	4,9	4,8	4,6	4,8
Японія	4,5	5,4	4,9	5,0	4,2
Об'єднане Королівство	3,9	3,4	3,5	3,4	3,3
Швейцарія	4,1	3,8	3,5	3,3	3,2
Індія	1,8	2,3	2,4	2,8	3,2
Бельгія	2,7	2,9	2,7	2,8	3,1
Італія	3,0	2,8	2,7	2,6	2,8
Швеція	2,3	2,3	2,3	2,4	2,7
Ірландія	1,8	1,8	2,2	2,1	2,3
Канада	1,9	1,9	2,1	2,0	2,0
Іспанія	2,0	2,0	1,9	2,0	1,9
Австрія	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Бразилія	1,2	1,3	1,3	1,2	1,7
Данія	1,6	1,6	1,7	1,7	1,6
Польща	1,2	1,2	1,3	1,3	1,6
Норвегія	1,1	1,1	1,4	1,3	1,3
Люксембург	1,3	1,5	1,3	1,4	1,3
Республіка Корея	1,3	1,3	1,3	1,5	1,2
Індонезія	0,7	0,8	0,7	0,9	1,1
Фінляндія	1,1	1,1	1,2	1,1	1,0
Об'єднані Арабські Емірати	0,9	0,9	0,9	0,8	1,0
Інші	16,5	16,6	16,7	15,8	14,6

Джерело: сформовано автором на основі статистичних даних сайту TradeMap.

**Темпи приросту (ланцюгові) світових обсягів імпорту у сфері
телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуги, тис. дол. США**

Країни	2019	2020	2021	2022
Всього у світі	7,9	10,2	13,3	2,1
США	2,6	2,0	14,1	7,8
Німеччина	5,4	-1,6	14,6	5,2
Китай	13,0	22,7	21,7	-5,2
Франція	-1,9	13,6	13,0	1,9
Сінгапур	14,5	36,1	17,7	-0,3
Нідерланди	9,6	6,7	9,4	6,0
Японія	28,8	1,3	14,0	-13,5
Об'єднане Королівство	-5,6	13,0	11,1	-2,2
Швейцарія	0,8	1,1	7,0	-0,4
Індія	35,5	14,6	30,7	19,4
Бельгія	16,0	2,1	18,7	10,8
Італія	1,6	5,3	7,7	11,3
Швеція	7,7	12,3	17,0	15,9
Ірландія	7,8	36,8	4,3	13,0
Канада	10,1	18,6	9,3	0,5
Іспанія	3,9	8,0	20,1	-5,8
Австрія	9,4	6,6	18,0	2,1
Бразилія	12,8	10,5	7,7	37,8
Данія	10,1	18,2	9,2	-1,3
Польща	1,8	19,5	19,3	21,9
Норвегія	6,8	35,6	4,5	4,4
Люксембург	24,1	-2,8	21,5	-7,1
Республіка Корея	3,1	17,5	28,5	-16,1
Індонезія	8,9	8,5	40,6	19,5
Фінляндія	9,1	13,5	2,7	-1,7
Об'єднані Арабські Емірати	3,1	20,6	-3,8	27,5
Інші	8,4	10,9	7,1	-5,6

Джерело: сформовано автором на основі статистичних даних сайту TradeMap.