

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СПЕЦИФІКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКАХ КРАЇН
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

(на матеріалах ТОВ «IKEA Україна» , м. Київ)

Студентки 5 курсу, 3 групи,
факультету міжнародної
торгівлі і права,
спеціальності 292

«Міжнародні економічні
відносини», спеціалізації
«Міжнародний бізнес»

підпис

Куделіної Анни
Василівни

Науковий керівник
кандидат економічних
наук, доцент

підпис

Олейніков Юрій
Олександрович

Гарант освітньої програми
кандидат економічних
наук, доцент

підпис

Лежешькова Вікторія
Геннадіївна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет міжнародної торгівлі та права Кафедра світової економіки
Спеціальність, 292 «Міжнародні економічні відносини»,
ОП «Міжнародний бізнес»

Затверджую
Зав. кафедри _____
«__» _____ 20__ р

Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентіві
Куделіної Анни Василівни

- 1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)**
«Специфіка економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу»
(за матеріалами ТОВ «ІКЕА Україна»)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. №__

- 2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту)**
3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту). Метою даної роботи є дослідження специфіки проведення економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу та пошук максимально ефективних перспектив для її розвитку.

Об'єкт дослідження - зовнішньо економічна діяльність ТОВ «ІКЕА Україна» в рамках співпраці з Європейським Союзом.

Предмет дослідження - теоретико-методичні основи та практичні аспекти здійснення економічної діяльності підприємством України на ринках Європейського Союзу.

- 4. Перелік графічного матеріалу:** Рисунки, таблиці.

5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

Вступ

Розділ 1. Дослідження специфічних умов економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу.

1.1. Загальна характеристика та особливості ведення економічної діяльності на ринках країн ЄС.

1.2. Аналіз економічної діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» на ринках країн Європейського Союзу.

Висновок розділу 1

Розділ 2 . Головні тенденції та пріоритетні напрямки розвитку економічної діяльності підприємств України на ринках країн Європейського Союзу.

2.1. Сучасний стан та тенденції розвитку економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу.

2.2. Пріоритетні напрями та нові можливості розвитку економічної діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» на ринках країн Європейського Союзу.

Висновок розділу 2

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.11.2022	20.11.22
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.12.2022	10.12.22
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 10.01.2023	10.01.23
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 20.01.2023	20.01.23
5	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 26.01.2023	26.01.23
6	Подача готової ВКР на кафедру	до 30.01.2023	30.01.23

8. Дата видачі завдання « ____ » _____ 20__ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Олейніков Ю.О. _____

10. Керівник освітньої програми

Лежешькова В.Г. _____

11. Завдання прийняв до виконання студент

Куделіна А.В. _____

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Випускна кваліфікаційна робота виконана на тему, що затверджена у Завданні. При написанні ВКР, студентом було дотримана цільова установка керівника та вихідні дані до проекту (роботи) стосовно мети, предмету та об'єкту дослідження.

За своєю структурою випускна кваліфікаційна робота відповідає Змісту визначеному у Завданні керівником. Ступінь розгляду та розкриття питань змісту достатньо висока, що свідчить про досягнення студентом поставленої ним у Вступі мети та завдань. Перелік графічного матеріалу є достатнім. В роботі використовуються сучасні статистичні данні. Робота оформлена належним чином який відповідає положенням Методичних рекомендацій до виконання ВКР. В цілому, випускна кваліфікаційна робота має закінчений вигляд, логічна за структурою і може бути рекомендована до захисту з позитивною оцінкою. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студентки Куделіної Анни Василівни може бути допущена до публічного захисту.

Керівник освітньої програми _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 20 ____ р.

АНОТАЦІЯ

Куделіна Анна Василівна. Специфіка економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу (на матеріалах ТОВ «ІКЕА Україна»). Випускна кваліфікаційна робота присвячена актуальній темі специфіки діяльності на ринках країн Європейського Союзу. У роботі проведено комплексний аналіз діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» та компанії ІКЕА у цілому. Було проведено аналіз національного та світового ринку, визначено країни Європейського союзу з якими найбільше співпрацює Україна в сфері міжнародної діяльності. Проведено охарактеризування компанії, її особливостей, відмінностей від конкурентів, новаторських рішень та впливу процесів та дій компанії на покупців, їх позитивний досвід. Здійснено детальний аналіз ринку Європи та його тенденцій в сфері міжнародної діяльності. Було визначено переваги та недоліки компанії, на основі аналізу зовнішньоекономічної діяльності були розроблені пропозиції, щодо вдосконалення та виконано стратегічне планування виходу на ринок ТОВ «ІКЕА Україна» та можливості внесення свого вкладу у вже існуючий бізнес. В результаті проведеного дослідження було запропоновано способи вирішення ключових проблем та визначення потреби, обґрунтування необхідності й знаходження засобів, що сприяли б диверсифікації.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, ринок, міжнародна діяльності, експорт, імпорт, Європейський Союз.

ANNOTATION

Kudelina Anna. Specifics of economic activity in the markets of European Union countries (based on the materials of IKEA Ukraine LLC). The graduation thesis is devoted to the actual topic of the specifics of activity on the markets of the European Union countries. The work carried out a comprehensive analysis of the activities of IKEA Ukraine LLC and the IKEA company as a whole. An analysis of the national and world market was carried out, and the countries of the European Union with which Ukraine cooperates the most in the field of international activity were determined.

The description of the company, its features, differences from competitors, innovative solutions and the impact of the company's processes and actions on customers, their positive experience, was carried out. A detailed analysis of the European market and its trends in the field of international activity was carried out.

The advantages and disadvantages of the company were determined, based on the analysis of foreign economic activity, proposals were developed for improvement and strategic planning of the market entry of "IKEA Ukraine" LLC was carried out, as well as the possibility of making a contribution to the already existing business. As a result of the conducted research, methods of solving key problems and determining the need, justifying the need and finding means that would contribute to diversification were proposed.

Key words: foreign economic activity, market, international activity, export, import, European Union

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СПЕЦИФІЧНИХ УМОВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКАХ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.	5
1.1. Загальна характеристика та особливості ведення економічної діяльності на ринках країн ЄС.	5
1.2. Аналіз економічної діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» на ринках країн Європейського Союзу.	12
Висновок розділу 1	20
РОЗДІЛ 2 . ГОЛОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА РИНКАХ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	22
2.1. Сучасний стан та тенденції розвитку економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу.	22
2.2. Пріоритетні напрями та нові можливості розвитку економічної діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» на ринках країн Європейського союзу.	26
Висновок розділу 2	33
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	37
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасному суспільстві економіка тісно пов'язана з багатьма аспектами в нашому житті. Вона являє собою фундамент для функціонування держави в цілому. Економічною ж діяльністю ми називаємо будь-яку діяльність котра висуває послуги або ж товари на ринку.

В 2022 році нашу країну настигли доволі складні часи , труднощі виникали не тільки в у певних осіб а й в країні в цілому . У часи війни питання розвитку економічної діяльності стоїть особливо гостро, адже економіці потрібно продовжувати працювати для забезпечення громадян усім необхідним ,бодай їх базові потреби. Таким чином, в Україні на повістці дня далеко не останнє місце займає міжнародна економічна діяльність . Забезпечення людей робочими місцями , як і забезпечення самої роботи підприємств , відновлення всіх процесів - наповнює державний бюджет , з якого в свою чергу йдуть кошти для наших захисників , для оборони нашої суверенності як держави.

Міжнародна економічна діяльність являється цілісною системою зв'язків котрі відбуваються між економіками різних країн світу. Саме вона виступає на даному етапі , свого роду ядром міжнародних економічних відносин. Сама ж діяльність , як і будь яка інша , спрямована на отримання прибутку за рахунок експорту та імпорту товарів й послуг , господарської діяльності та угод , наприклад франчайзинг чи ліцензування , тощо. Специфіка міжнародної економічної діяльності висвітлювалась в перебували й досі перебувають у центрі уваги неймовірної кількості авторів по всьому світу ,зокрема й наших.

Особливо актуальне для України постає нарощування економічної діяльності з країнами Європейського Союзу, зважаючи на територіальне розташування. Оскільки на час війни країна обмежена у всіх типах перевезення окрім автомобільних , розвивати економічні відносини з сусідніми країнами стає конче необхідно.

Мета дослідження. Метою даної роботи є дослідження специфіки проведення економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу та пошук максимально ефективних перспектив для її розвитку.

Завдання дослідження – полягає в:

- характеристиці особливості ведення економічної діяльності на ринках країн ЄС;
- аналізі економічної діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» на ринках країн Європейського союзу;
- дослідженні сучасного стану та тенденцій розвитку економічної діяльності на ринках країн Європейського союзу;
- визначенні пріоритетних напрямів та нових можливостей розвитку економічної діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» на ринках країн Європейського союзу;

Об'єкт дослідження – зовнішньо економічна діяльність ТОВ «ІКЕА Україна» в рамках співпраці з Європейським Союзом.

Предметом дослідження – теоретико-методичні основи та практичні аспекти здійснення економічної діяльності підприємством України на ринках Європейського Союзу.

Методи дослідження – аналіз та синтез, спостереження, моделювання, порівняння, індукція, дедукція, конкретизація, математичні, статистичні, узагальнення та інші.

Структура роботи: Титульна сторінка.Зміст. Вступ. Теоретична частина (Розділ 1). Емпірична частина.(Розділ 2, частина 2.1) Експериментальна або рекомендаційна частина.(Розділ 2, частина 2.2) Висновок. Список літератури. Додатки.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СПЕЦИФІЧНИХ УМОВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКАХ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ .

1.1. Загальна характеристика та особливості ведення економічної діяльності на ринках країн ЄС.

Європейський Союз представляє собою наднаціональний континентальний політичний і економічний союз в котрий входить 27 держав-членів , які розташовані переважно в Європі . В статтях ЄС часто описують як певне політичне утворення *sui generis* , що в перекладі з латинської мови означає “унікальність правової конструкції ” або “єдиний в своєму роді ” , через поєднання в собі характеристик як федерації, так й конфедерації.

Для розуміння масштабів Європейського Союзу , за статистикою на 2020 рік в ЄС проживало 5,8 відсотків населення світу . Станом на 2022 рік населення ЄС складало 446,8 мільйонів. Наглядно ми можемо роздивитись даний приріст за допомогою (Додаток А).

Єврозоною ж, називають групу країн, котра складається з 20 держав-членів ЄС, які повністю впровадили економічний й валютний союз та використовують євро як валюту . Союз було створено разом з його громадянством , при набутті чинності Маастрихтського договору в 1993 році, після чого він був зареєстрований як юридична особа міжнародного права відразу після набуття чинності після підписання Лісабонського договору в 2009 р. Початково буди створений лише в складі шістьох країн , за період з 1973–2013 року до союзу приєднались ще 22 країни. Велика Британія ж постає єдиною країною, котра вийшла з ЄС , це відбулось в 2020 році.

Існують 3 стовпи з яких і походить Європейський союз. Цими стовпами є: Європейське співтовариство вугілля та сталі ,Європейське економічне співтовариство та Європейське співтовариство з атомної енергії. За часів включення цих співтовариств до сучасного ЄС вони постали як його певна опора союзу. Хоч співтовариство і були свого роду поглинуте Європейським союзом ,

Євратом існує і по теперішній час , не дивлячись на те, що ця організація відмінна від ЄС вона керується тими ж інструментами.

В рамках союзу існує також класифікація видів економічної діяльності , котрій можна дати визначення системи котра була розроблена на основі 3 редакції ISIC. ISIC же є додатковою класифікацією економічної діяльності, являє собою механізм котрий зберігає обробляє та може навіть аналізувати інформацію необхідну для економічного аналізу, розроблена Організацією Об'днаних Націй, може приймати рішення навіть на макроекономічному рівні . Код надається відповідно до основної діяльності.

Першою загально-галузевою класифікацією економічної діяльності за видами, стала класифікація котра була розроблена статистичним управлінням ще в 1970 році. Поставала правовим актом Європейської Спільноти, дані були зібрані за існуючими національними класифікаціями й лише потім переводилися в формат NACE за допомогою перехідних ключів.

Економіка Європейського Союзу , тобто загальна економіка країн Європейського Союзу , є другою в відношенні розміру в світі після Сполучених Штатів Америки. ЄС представляючи собою спільний ринок держав його членів , й також приймає участь в СОТ разом з іншими державами котрі входять в склад ЄС. Особливою формою диференціації торгівлі в рамках Світової Організації Торгівлі постає система преференцій. Не зважаючи на це ,навіть при їх наданні спостерігаються певні обмеження на ввезення товарів , здатних конкурувати з національними виробниками продукції. За умов домінування загальної тенденції до лібералізації міжнародної економічної діяльності , зміни приходять і стосовно ролі держав у регулюванні міжнародної економічної діяльності країн. За результатами дослідження основи економічної лібералізації в сучасній с системі , є загальне зниження торгівельних бар'єрів, котре відбувається в рамках Світової Організації Торгівлі , створюючи певні передумови , котрі полегшують етап переходу до формування зон вільної торгівлі. Таким чином регіональна інтеграція, котра на передуючих етапах розвитку якоюсь мірою протистояла

лібералізації міжнародних економічних відносин, на даний момент являє собою фактор котрий активізує включення країн – учасниць інтеграційного об'єднання до світової економічної системи.

Для систематизації видів економічної діяльності було введено КВЕД. Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД) – вміщує в собі всі можливі напрямки видів діяльності підприємств. Підбирається даний код з початкового етапу , при реєстрації підприємства як юридичної особи, відображаючи у собі основний вид діяльності компанії. Навіть при роботі компанії в різних сферах , один з кодів обов'язково має бути основним , і хоч їх кількість не обмежена , зазвичай вносять до шести кодів. При реєстрації код вноситься до ЄДРПОУ. При виборі певних ліцензованих видів діяльності, в довідці статистики будуть вимагати наявність необхідних номерів КВЕД.

Види економічної діяльності для зручності поділяються за секторами котрі ми можемо побачити в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Структура КВЕД України.

Секція	Назва
A	Лісове господарство
B	Рибальство, рибництво
C	Добувна промисловість
D	Переробна промисловість
E	Виробництво та розподілення електроенергії
F	Будівництво
G	Торгівля
H	Діяльність готелів та ресторанів
I	Діяльність транспорту та зв'язку
J	Фінансова діяльність
K	Операції з нерухомим майном
L	Державне управління
M	Освіта
N	Охорона здоров'я
O	Надання послуг
P	Діяльність домашніх господарств
Q	Діяльність екстериторіальних організацій

Джерело:[9]

В кожній секції існує декілька підкласів. Міжнародна стандартна галузева класифікація що використовується на зараз, затверджена ООН. Це забезпечує уніфікацію видів економічної діяльності в міжнародному масштабі. Також, Український КВЕД відповідає міжнародному класифікатору.

Європейське співтовариство має власну гілку класифікації NACE, котра походить від класифікації ISIC розробленої ООН. Відмінністю котру відразу можна підкреслити виступає те, що одній статистичній одиниці присвоюється лише один код, в відповідності з основною діяльністю. NACE постає як структура сформована з чотирьох рівнів та відсортована за ієрархією: секції, розділи, групи, класи. Код секцій, не є інтегрований до коду NACE, котрий визначає розділ групу й клас, що описує окремий вид діяльності. (Додаток Б)

ЄС посідаючи провідні позиції у економіці світу в цілому, будь то за експортом товарів й послуг, за розмірами виробництва, чи за розвитком в туристичній галузі, має певну низку особливостей. Сама ж економіка ЄС несе в собі сукупно внутрішній ринок економік країн-членів Європейського Союзу та засновані на вільному ринку соціальні моделі.

Діяльність країн-членів союзу, включає в себе три абсолютно різні за розміром та значенням опори: економіка, забезпечення закону й порядку й оборону та зовнішню політику. Найбільш помітні досягнення, в результативному плані, можна підкреслити в сфері економіки. Чого тільки вартє створення єдиного ринку, котрий в свою чергу забезпечує вільне пересування в сфері товарів та послуг. Не зважаючи на доволі велику кількість населення, ЄС займає 4 місце по ВВП на душу населення й посідає перше місце в світі за об'ємом зовнішньоторгового обороту. Також, була створена велика кількість фондів, котрі регулюють для допомоги відсталим країнам, даний фонд регулює як виготовлення, так і збуток продукції.

Роздивляючись міжнародну торгівлю як сферу міжнародних товарно-грошових відносин, можна підкреслити, що це специфічна форма обміну товарами та послугами котра є вихідною формою міжнародного співробітництва в

сфері економіки. Специфічними особливостями міжнародної торгівлі можна назвати : багаторівневу структуру сучасної світової торгівлі , наявність різноманітних валют в різних країнах, державне втручання й контроль з їх сторони , та відмінності в здатності стосовно переміщення факторів виробництва не тільки між країнами , а й всередині країни, існування двох взаємопов'язаних видів торговельних операцій, глобальний характер боротьби за першість та наявність різноманітних цін на товари чи послуги .

Виступаючи свого роду ланкою , для взаємодії національних економік з економіками інших країн , вона впливає на національне виробництво, визначаючи таким чином конкурентоспроможні та параметри виробництва, позиції ефективності, рівень витрат, стандарти якості, стимулюючи при цьому знаходження найбільш раціонального шляху для використання ресурсів при процесі НТР. Роздивляючись з боку споживачів можна зрозуміти , що вона дозволяє розширювати осяг , а з боку виробників – розширює ринок збуту, дозволяючи розширити реалізацію доданої вартості та виступає превентивною мірою скороченню прибутку, що введе до підвищення доходів від виробничої діяльності.

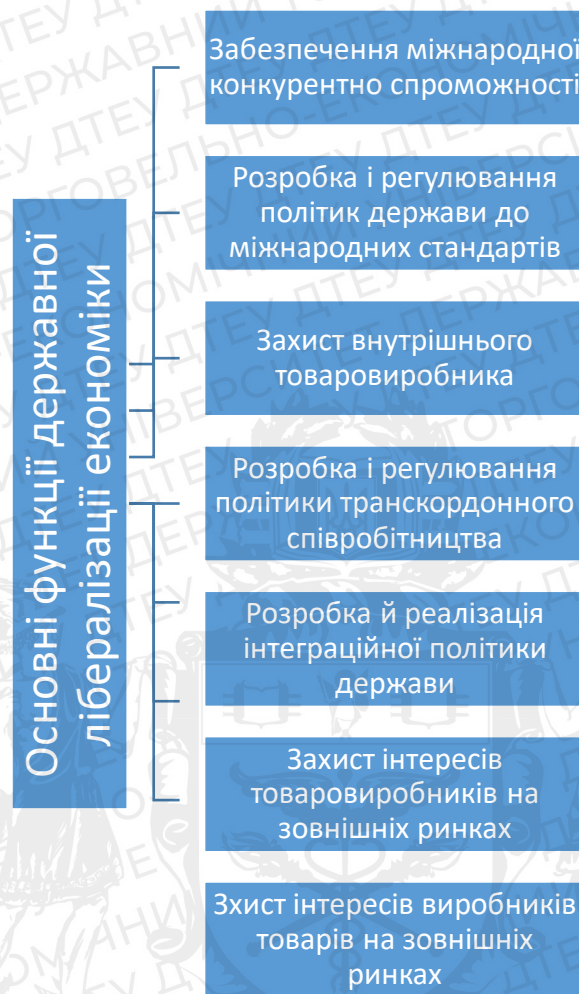
В сфері ж світогосподарського розвитку на даний час , міжнародна економічна система перебуває у стані зміни одного типу на інший . Роль системоутворення у лібералізації світогосподарських процесів займають : інформаційне середовище , географічне й суспільно-економічне. Проте, з іншої сторони, вплив здійснюється при перебізі процесів розвитку світової цивілізації, динаміці , циклічності поступу світової економіки, географії й масштабів інноваційних та інвестиційних процесів ,й динаміці балансу котрий відноситься до порівняльних переваг певних держав на ринках. При впровадженні будь-яких інновацій , вони реагують доволі швидко та випереджають зміни які виникають в структурі держав , що являє собою важливий пункт при економічній лібералізації.

Відкриття національних економік, ще один надзвичайно важливий процес, котрий має відбуватись на основі визначення стратегічних пріоритетів і

диференціації напрямків міжнародного співробітництва . Відкрита економікою вважається – тип національної економіки , при котрій іноземним суб'єктам відкритий доступ на більшу частину з існуючих ринків , сфер та галузей . Виникла ж вона в період повоєнний. Головною відмінністю відкритої економічної системи можна назвати неможливість державного регулювання національного господарства без урахування зовнішньоекономічних чинників. Основними рисами відкритої економіки виступають : адаптивність та відповідність національних господарських структур світовим, наявність максимально сприятливих умов для господарської взаємодії в розрізі зовнішнього середовища, випереджаюче зростання зовнішньоторговельного обороту порівняно з національним доходом, та його суттєвий вплив на економічне зростання, вагомий вплив зовнішніх факторів на внутрішньо-економічне життя. Країна , що має відкриту економіку , бере активну участь та займає нішу в міжнародному розподілі праці. Країни такого виду характеризуються високим рівнем участі у всіх видах кооперації, робочої сили і тп. В них базується і з них же походить транснаціональний капітал.

При розгляді основи економічної лібералізації , не озброєним оком можна побачити організації наддержавного рівня : СОТ , МТП, ЮНКТОФД , МТЦ , ООН та інші. Котрі грають велику роль в економічних питаннях. Наприклад СОТ , являє собою багатосторонню угоду , котра регулює режим торгівлі між країнами учасниками союзу. МТП ж – це неурядова міжнародна організація , покликана сприяти поліпшенню економічних відносин , та їх поглиблення за допомогою підписання ділових контрактів. Також, саме ця організація розробила відомі «інкотермс». Інкотермс –це документ в котрому міститься 11 правил , які використовуються в міжнародній торгівлі фіксуючи права та обов'язки між сторонами.

Провідними інструментами економічної діяльності на світовому ринку можна назвати: захист внутрішніх ринків від третіх країн, державну підтримку експортно орієнтованих галузей на ринках інтеграційних об'єднань. (рис 1.1.)



Джерело: складено за [17]

Беручи до уваги описані вище факти, основними функціями державного регулювання лібералізації економіки слугують: забезпечення міжнародної конкурентоспроможності економіки; регулювання зовнішньоекономічних відносин; розробка і регулювання науково-технічної, інвестиційної і соціальної політики держави відповідно до міжнародних стандартів; захисту внутрішнього товаровиробника і пріоритетних виробництв; розробка і регулювання політики транскордонного співробітництва; розробка і реалізація інтеграційної політики держави; захист інтересів товаровиробників і держави на зовнішніх ринках.

1.2. Аналіз економічної діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» на ринках країн Європейського союзу.

ІКЕА –це Шведський багатонаціональний конгломерат, котрий посідає третє місце в найефективніших роздрібних брендів та перше місце в рейтингу найкращих європейських транскордонних інтернет магазинів. Базується ж вона в Нідерландах і виступає засновником ТОВ «ІКЕА Україна». Для більш обширного розгляду економічної діяльності була вибрана саме компанія ІКЕА, у зв'язку з її розміром та обширною кількістю міжнародної діяльності, на її прикладі можна детально роздивитися всі процеси і відслідкувати хронологію розвитку економічної діяльності на ринку Європи.

ТОВ «ІКЕА Україна» на ринку України не так давно, хоч реєстрація і відбулась в 2018 році, інтернет магазин був запущений тільки в 2020, а перший магазин міського формату на території України був відкритий лише на початку 2021. Можна також зазначити, що це був перший магазин такого формату у регіоні Південно-Східної Європи. У пресрелізі було згадано – «Такий формат є частиною нової стратегії компанії, мета якої – стати ближчою до людей у центрі міст та зробити свої товари та послуги ще доступнішими».

Розглядаючи шлях становлення ІКЕА такою компанією якою ми можемо бачити її зараз , можна зрозуміти наскільки довга та багата історія цьому передувала.

ІКЕА була заснована у 1943 році Інгваром Кампрадом , все розпочалось з продажу каталогів поштою в містечку Ельмхульт, Швеція. Сьогодні це глобальний бренд меблів для дому, який пропонує доступність, дизайн і комфорт людям по всьому світу. На карті Європи можна наглядно продивитись в яких саме країнах ІКЕА вже веде свою діяльність (Додаток В). Не зважаючи на те , що карта створена доволі недавно , в ній існує одна неточність , на даний момент ІКЕА вже вийшла з ринку Росії , тому ця частина трохи устаріла.

Номенклатура товарів в компанії перевищує планку в 9500 товарів, включаючи повний асортимент меблів для дому, офісу, освітлення та аксесуарів

на будь який смак. Хоч в торгових точках по всьому світу продаються однакові товари , міжнародна стратегія компанії полягає в адаптації до національних традицій країни та атмосфери у цілому. Беручи для прикладу не близьку до нас культуру, можна зауважити, що у ІКЕА, котра розташована в Китаї, має навіть відмінне планування магазинів , котре імітує дизайн традиційних китайських квартир. Торгові точки містять балконний сектор, оскільки багато китайських квартир мають балкони. Продумані усі деталі , від розташування магазинів, дизайну та викладки , зазвичай всі ці здавалося б дрібниці адаптуються до загальних вимог ринку і поведінки споживачів.

Компанія являє собою одну з найбільших торгівельних марок, котрі займаються продажем меблів та товарів для дому. Покупці мають доступ до усіх видів необхідних товарів під одним дахом, саме такий підхід покращує досвід клієнта від їх покупки. Різноманітність товарів та їх дизайну кожного року приваблюють до себе мільйони покупців з усієї планети. В основному це робиться, пропонуючи їм широкий асортимент готових меблів, текстилю та посуду для їхніх домівок та офісів за прийнятними цінами. Швеція , будучи країною походження бренду не робить акцент на власні вподобання , дизайн продукції походить з різних частин світу, що й робить її однією з найпрогресивніших компаній на ринку. «Можливо, ми пройшли довгий шлях від нашого скромного початку, але наше бачення залишається незмінним: створити краще повсякденне життя для багатьох людей.» - точка зору власників компанії. І вищесказане зовсім не жарт, всього за 60 років ІКЕА виросла в неймовірні розміри у той же час виняткова корпоративна культура з власними принципами дійсно збереглась. Досягнення ІКЕА ґрунтуються на завзятості та постійному прагненні до оновлення й прогресу, економності й готовності допомогти і взяти на себе відповідальність.

ІКЕА співпрацює з майстрами котрі є соціальними підприємцями. «В ІКЕА ми прагнемо створювати краще життя для багатьох людей - це стосується і мільйонів людей, які залишаються відокремленими та далекими від ринку праці.

Одним із способів реалізації цієї мети є об'єднання з соціальними підприємцями, які використовують свій бізнес для зменшення бідності, розширення прав і можливостей жінок та вирішення соціальних і екологічних проблем у своїх громадах.» - уповноважена особа компанії. Співпрацюючи з кастою соціальних підприємців, переважно з жіночою його частиною, компанія має можливість пропонувати дійсно унікальні товари, при цьому надаючи робочі місця соціально вразливим групам населення. Підприємства, з якими вони співпрацюють, а таких на даний час понад 30, являють собою ремісничі акціонерні компанії, фонди та інші компанії, що займаються соціальними проблемами. Поліпшення засобів до існування майстрів постає першочергово, адже це важливий крок на шляху до того, щоб допомогти здобути повагу та створити краще майбутнє для своїх сімей і громад.

Серед усіх «типових товарів», існує колекція товарів ручної роботи, це колекція кошиків, кераміки, текстилю та інших виробів ручної роботи, створена соціальними підприємцями з Індії, Таїланду, Йорданії та Румунії. Ідея цієї колекції полягала не тільки в унікальних виробах, а і в створенні робочих місць, там де це потрібно. Станом на зараз завдяки такій ініціативі компанії працевлаштовано вже понад 20 000 осіб ця цифра лише здається незначною для більш наглядного порівняння варто лише дізнатися той факт, що ця цифра лише трохи менша ніж населення Вижгорода, тобто, ІКЕА забезпечила робочими місцями майже все населення невеликого міста, це в свою чергу призвело до поліпшення соціального впливу на понад 120 000 людей.

До кожної сфери створюється унікальний підхід, наприклад, для підтримки працівників кавових ферм в регіоні Білого Нілу в Уганді, ІКЕА об'єдналась з соціальним бізнес-проектом, який напряду закупає кавові зерна у близько 13 000 фермерів. Така співпраця дозволяє фермерам отримувати стабільний дохід і навчатись більш екологічним практикам землеробства. Це означає, що ви можете сприяти покращенню умов життя в регіоні Білого Нілу, просто насолодившись чашкою кави чи купивши будь які аксесуари для свого

дому, таким чином покупець не тільки задовольняє власні потреби, а ще й допомагає менш захищеним кастам населення, це несе у собі ще одну причину популярності товарів даної компанії, показуючи, що важливий не лише різноманітний асортимент, а й інші аспекти. Зростання разом з партнерами, підтримує позитивний економічний та соціальний розвиток, створюючи довготривалі, стійкі зміни. В свою чергу, це сприяє рівності, інклюзивності та гідній заробітній платі.

Соціальні інвестиції приносять користь для всіх. Загально відомо, що соціальні підприємці часто стикаються з перепонами на своєму шляху, до таких входять: обмежений доступ до фінансів, комерційних мереж та ланцюгів поставок. Обмінюючись мережами та бізнес-знаннями, підтримуються нові соціальні підприємці та надається можливість зростання тим, хто вже працює. Також надається більше шансів для створення більш екологічних рішень. Таким чином, впливаючи не лише на суспільство, а й на планету в цілому. На сьогодні підприємці виробляють колекції, котрі продаються у понад 180 магазинах з 27 різних країн. Розташування найбільших магазинів ІКЕА можна проглянути нижче. (Додаток Г)

Простота, що постає однією з головних рис компанії, є ще одною запорукою успіху компанії. «Чим лаконічніше й простіше тим краще» - цей принцип застосовується до всього, навіть до роботи керівництва, й загалом до відносин в середині компанії та поза нею. Для прикладу можна виділити те, що керівники та їх підлеглі працюють над одним й тим самими завданнями, використовують однакові паркувальні місця, та їдять в спільних кафетеріях пліч-о-пліч. Увесь персонал компанії несе в собі надзвичайно високу цінність для ІКЕА, котра постійно намагається вносити зміни та розширити асортиментну базу при цьому підвищити якість своїх товарів і послуг. Незважаючи на природність усіх ланок компанії, вона не забуває й про креативність й оригінальність дизайну, додаючи при цьому зважену та доволі стриману цінову

політику, що в свою чергу сприяє конкурентній перевазі компанії й пояснює її успіх у подоланні кризових періодів.

Розглядаючи з економічної точки зору, можна зрозуміти, ІКЕА дійсно продумала абсолютно всі деталі до найменших дрібниць. Переважна більшість магазинів розташовані за містом у дешевих торгових точках. Більшість продукції, в особливості високо-габаритні меблі продаються як розкладеними набори, це зробили для того, щоб клієнти міг самостійно транспортувати продукт до свого місця проживання. Поеднуючи корпоративні традиції і гнучкості у збереженні подібного асортименту в різних локаціях й в той же час його адаптації до потреб різних регіонів пояснюють популярність ІКЕА в усьому світі. Таким чином компанія може конкурувати з конкурентними бізнесами за якістю, знижуючи ціни до 30%. Серед численних виняткових характеристик, котрі можна приписати цьому надзвичайному бізнесу, існує одна, котра робить її надзвичайно привабливою для споживачів, і як недивно, ця причина криється в назвах які надані кожній складській одиниці. Менеджер з маркетингу ІКЕА розповів: «Замість того, щоб просто називати продукт 123456, ми називаємо книжкову шафу «Біллі» або тканину «Анна». Дивани зазвичай називають містами чи річками в Скандинавії, тканини – стейками, а стінки – хлопчиками. Причина в тому, що ІКЕА хоче створити відчуття, що продукти є частиною сім'ї». Даний підхід можна також роздивлятись як індивідуальну фішку, що підкреслює та додає особливості до іміджу компанії.

Завжди, перед створенням продукту, відповідальний відділ визначає його цільову ціну, тобто гіпотетичну ціну якої повинен досягти продукт. Такого роду метод відрізнявся від класичного, в якому спочатку продукт розробляється, і тільки після цього на нього встановлюються ціни відповідно до його фактичної вартості й цін магазинах-конкурентах. При підході котрий використовується ІКЕА враховуються всі витрати: сировина, дистрибуція, виробництво. Планування ж ланцюга постачання для компанії іноді стає дійсно складним, оскільки торгові точки розташовані в понад 45 країнах. Також компанія має

незліченну кількість постачальників котрі знаходяться не тільки в Європі а й в Азії.

При аналізі внутрішніх факторів впливу , за мету встановлюється виявлення важливих, з боку стратегії , слабких й сильних сторін. Це можна зробити шляхом визначення ключових внутрішніх факторів (грошових потоків, каналу збуту , розташування і тд.). Іншим варіантом є шлях оцінки цих факторів. Цей метод не є не лінійним , не простим. Ділова стратегія ІКЕА в основному зосереджена на цілях компанії, пов'язаних із екологічністю та екологічністю. До сильних сторін компанії можна віднести : відповідність між якістю та ціною в сукупності з стратегіями зниження витрат завдяки так званому «демократичному дизайну»; легку впізнаваність бренду та його позиції на ринку; підхід до дослідження ринку , що дозволяє компанії бути не лише в тренді інноваційних проєктів на ринках на котрих вже присутня компанія , а й бути активним при входженні на нові ринки; масова закупівля. Компанія використовує ефект масштабування при своїй діяльності, максимально розвиваючи інфраструктуру біля місця свого розташування , що в свою чергу виводячи компанію у фаворити серед клієнтів; доставка товарів від постачальника безпосередньо в торгову точку. Такий допомагає знизити витрати на транспортування й зменшує вуглецевий слід; низькі експлуатаційні витрати , при постійному розвитку та диференціації продукту. Наглядно це продемонстровано на наступній діаграмі. Рис. 1.2.

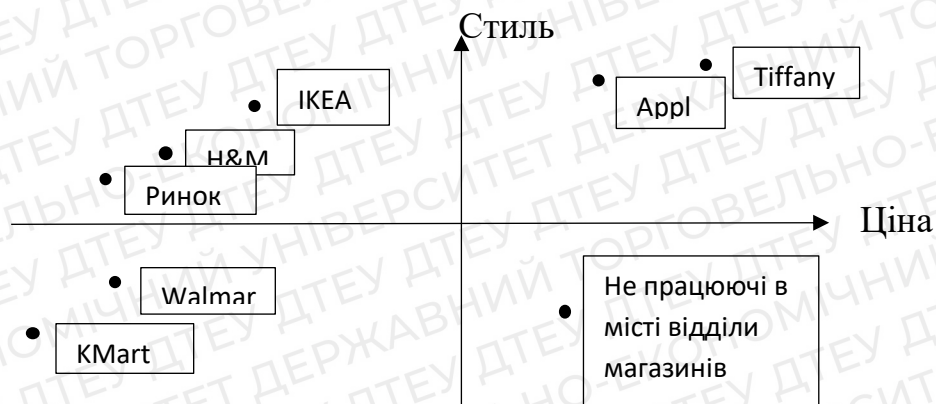


Рис. 1.2. Позиціонування ІКЕА на ринку країн ЄС.

Джерело: [26]

До слабких сторін конгломерату можна віднести:

- вироблення продукції у великій кількості країн , за поданої ситуації можуть виникати труднощі з боку специфіки виконання всіх вимог на даному ринку , зокрема соціально-політичних.

- підтримання балансу між ціною та якістю. Економія за допомогою факторів масштабу дійсно допомогла достатньо істотно знизити ціни , проте це все ще не легке завдання.

- необхідність підтримання надійних каналів зв'язку в організації та безпосередньо з клієнтом.

- обмежені рекламні та маркетингові стратегії. Для подальшого розвитку та збільшення бази споживачів простої впізнаваності бренду не достатньо.

- постійний випуск диференційованої продукції , така позиція може приносити не тільки плюси для компанії. Конкуруючи бізнеси займаються копіюванням товарів , псуючи унікальність виробу.

- зростаюча конкуренція в даній галузі на ринку Європи.

Зовнішні фактори компанії відносяться до зовнішнього середовища бізнесу, і тому їх можна розділити на дві категорії. До першої групи факторів відносяться можливості, які повинні стати основою для стратегій компанії. До другої групи відносяться зовнішні загрози, які відображають труднощі, з якими потенційно може зіткнутися компанія і які вимагають вжиття відповідних превентивних заходів.

Основна частка клієнтів ІКЕА відноситься до середнього класу. Моделі витрат клієнтів також купівельна поведінка та вподобання практично ідентичні в усіх країнах. Навіть , беручи до уваги подібності , ІКЕА розуміє, що позиції компанії на світовому ринку залежать й від успіху в конкретних регіонах. Так і можна пояснити потребу в пристосовуванні до місцевої специфіки в різних районах. Рекламні кампанії базуються на виняткових ситуаціях і культурних особливостях кожної країни, які радикально відрізняються на різних ринках.

Розглядаючи на прикладі можемо взяти до уваги особливості рекламних компаній в Європі. Рекламні щити та рекламні ролики , були зроблені більш чіткими ніж в Америці , особливо це було помітно в Великій Британії. Американська частина роликів була створена в більш гумористичному форматі.

Inter IKEA Group включає бізнес-операції Франчайзора ІКЕА, операції з асортиментом , постачання та певну галузеву діяльність. Франчайзі ІКЕА купують продукцію у основної компанії й сплачують за це комісію на основі роздрібних продажів. Сама ІКЕА досягла загального доходу в 27,4 мільярда євро враховуючи оптові продажі роздрібним торговцям, комісію за франшизу та роздрібні продажі магазину ІКЕА . Чистий прибуток оцінили в 0,7 мільярда євро в 2022 фінансовому році.

Не беручи до уваги активне зростання електронної комерції, фізичні магазини є невід'ємною частиною меблевої мережі ІКЕА. З минулого року було відкрито вже 16 нових магазинів й плануються відкриття ще багатьох. Найбільшим оператором торгових точок компанії є Ingka Group , вона планує інвестувати понад три мільярди євро в нові та вже існуючі магазини до кінця наступного року. Окрім розширення буде також проведена реорганізація існуючих магазинів, це буде зроблено для підвищення зручність покупок і позитивного досвіду клієнтів при перебуванні в магазині чи доставці товарів .

Прикладом такої реорганізації постає в Куопіо, де час доставки онлайн-замовлень скоротився удвічі, а витрати аж на сорок відсотків. У Лондоні ІКЕА інвестує 1,2 мільярда євро у магазин на Оксфорд-стріт, нові послуги та у розподільчий центр , з якого можна буде забезпечувати цілодобову доставку. ІКЕА має гарний потенціал для розширення навіть на вже розвинених ринках. Не зважаючи на вже доволі довгу історію компанії на ринку, динаміка розвитку залишається на високому рівні. За останні три роки вже було інвестовано більш ніж 2,1 мільярда євро в існуючі й нові магазини у 32 країнах присутності.

Стратегія виходу ІКЕА на зарубіжні ринки, ідентична для всіх країн. Перші магазини завжди відкриваються в найбільших містах, потім компанія починає

рухатися в регіони. Ціллю ж постає розширення, збільшення частки ринку, для реалізації відкривалися нові точки збуту товарів. Проте на сучасному етапі своєї діяльності, компанія переглянула свою маркетингову стратегію і тепер орієнтується на збільшення прибутку. Споникальними мотивами розширення для компанії є вхід до ринків з високим потенціалом для подальшого зростання.

Висновок розділу 1.

Економічна діяльність є не від'ємною частиною нашого життя, будучи пов'язаною з виробництвом чи розподілом товарів, ми стикаємось з нею кожного дня. Охоплює вона не тільки сектор виробництва, а ще й використання послуг, товарів й обмін. Виробничі ресурси відіграють не малу роль в економічній діяльності підприємств, несучи у собі основи виробництва, сприяючи їх розвитку. Управління виробничим процесом з економічної сторони передбачає: визначення економічної ефективності й фінансового стану, знання правових основ діяльності підприємств, використання методів дії на перебіг економічних, фінансових та інших процесів, зокрема через ціноутворення, формування витрат й доходів від господарської діяльності.

В умовах реального життя роль цих методів перестає бути достатньою для самостійного існування. В такій ситуації вона повинна бути посилена організацією моніторингу: цінового, фінансового та іншими напрямками формування й розвитку діяльності на ринку. Робиться за допомогою оптимізації оподаткування, страхування, зовнішньоекономічної діяльності, оцінки вартості підприємства і маркетингу.

В даному розділі було досліджено економічну діяльність на Європейському ринку та поглиблено роздивились процеси, котрі відбуваються в глибині торгівельного гіганта, компанії «ІКЕА», дізнавшись, що насправді за ідеї й цінності несе в собі дана компанія.

З досліджень можна виділити, що навіть в компаніях зі всесвітньо відомими назвами можуть мати певні недоліки. Хоч на сьогодні й існує велика

кількість стратегій підприємства , компанії такого масштабу не можуть не вирізнятися і в цьому. Простота , індивідуальний підхід й іноваційність створили надзвичайно міцне підґрунтя для подальшого розвитку на ринку. Опираючись на своїх співробітників та вірячи в побудований маршрут компанія змогла здобути величезного успіху в багатьох країнах світу , зокрема й в країнах Європейського союзу.

Отже , проаналізувавши діяльність компанії можна твердо заявити ,що незважаючи на все ІКЕА з кожним роком все більше прагне до покращень як у внутрішніх так і у зовнішніх процесах й досягає своїх цілей, відкриваючи для себе все нові й нові точки збуту. Продивившись повні натхнення та ідей розповіді про компанію, їх нові проекти та бачення майбутнього , можна зрозуміти , що не зважаючи на певні мінуси , компанія зможе проіснувати , ще не один десяток років , завдяки своїй неординарності , адже бути не таким як інші ,не означає щось погане.

РОЗДІЛ 2 . ГОЛОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА РИНКАХ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.

2.1. Сучасний стан та тенденції розвитку економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу.

Глобалізація зовнішньоекономічних відносин стала причиною змін в самій структурі розвитку економік країн світу й встановила стратегічний шлях економічного розвитку , при цьому взявши за основу формування й ефективне використання організаційно-економічних механізмів. Ефективність функціонування даних відносин залежить від роботи механізмів нормативно-правового, організаційно-економічного, фінансового забезпечення і тп.

Важливим при поглибленні процесу глобалізації постає розробка ефективного організаційно-економічного механізму. Такого роду механізм має бути орієнтований на нівелювання проблем , що виникають при нарощуванні ресурсів котрі забезпечують діяльність підприємства на зовнішньоекономічному рівні й допоможе для досягнення високої ефективності в розрізі функціонування на ринках інших країн , при цьому створивши умови для сталого розвитку національної економіки.

Країни-члени Європейського союзу посідають провідні позиції у світовій економіці в розмірах: золотовалютних резервів, промислового та сільськогосподарського виробництва, експортом товарів й послуг та рівнем розвитку в сфері туризму. І звичайно ж економіка кожного регіону має певні особливості: національні економіки високорозвинутих держав перебувають на постіндустріальному етапі розвитку. В період кількох десятиліть планомірно скорочувалась питома вага первинного та вторинного секторів й зростала роль третього, четвертого й п'ятого. Останні три з перелічених значною мірою зумовлюють динаміку інвестицій та зростання національного виробництва. Таким чином країни Європи перетворюються на провідні фінансові центри світу. До регіонів котрі вносять основну частку для забезпеченні економіки входять такі

караїни як: Німеччина, Франція, Італія, а до виходу з ЄС ще й Велика Британія. Високорозвинуті держави Європи взяли курс від деіндустріалізації на реорганізацію промисловості. Фінансова криза 2007-2008 років здала ніщівного удару по економіці країн світу. Вона була спровокована надмірним розвитком фінансового сектору при низькому рівні прозорості в ньому. З цюї причина країни Європи починаючи з 2014 року почали йти до так званого «промислового ренесансу». За завдання було встановлено розвиток новітніх технологій як збоку науки так і технологій, також переходженн на більш ресурсозберезувальні технології.

Особливу увагу уряд країн почав приділяти перебудові та введенню інновацій на вже існуючі, устарілі виробництва, для уього було розроблено навіть спеціальну програму щодо їх реорганізації. Також одним з основних напрямів для ЄС стало залучення прямих інвестицій з закордону. Саме з цих заходів і почалась реіндустріалізація країн Європи. Існують різні визначення терміну реіндустріалізації, та говорячи простими словами, це перехід бази виробництва до нових технологічних заснов. Процес реіндустріалізації здійснюється на основі широкого впровадження у промислове виробництво: мікроелектроніки, робототехніки, інформаційних технологій, біоіндустрії, нових матеріалів, нових видів енергії і тд. Найбільший досвід реіндустріалізації мають такі країни як: Німеччина, Велика Британія, Франція й саме ці країни вважають високотехнологічними. Новітні технології дають підвищувати продуктивність праці, забезпечуючи переваги й при цьому зменьшуючи собівартість товарів. Результатом можна назвати більш високий рівень ВВП.

Найважливішою рисою сучасної Європи є зростання взаємозалежності національних економік, міжнародного руху товарів і капіталу, також, перехід до відкритого типу економіки. Так ми можемо прийти до висновку, що одним з найважливіших напрямів економічного розвитку в ЄС на зараз є глибокі інтеграційні процеси в економічній, монетарній та політичній сферах.

Основою Європейської економіки виступає промисловість. Збереження глобальної конкурентноспроможності промисловості, досягнення кліматичної нейтральності до 2050 року, приєднання Європи до цифрової ери, саме така місія Європейської комісії. Промислові альянси об'єднують широке коло партнерів у певній галузі чи ланцюжку створення вартості, як в приватних так і в державних суб'єктів. Для досягнення взаємозв'язку між екологічною, промисловою, кліматичною й енергетичною політиками проводяться процеси оптимізації бізнес середовища для подальшого зростання кількості робочих місць й інновацій. Сама програма була створена з ідеєю створення кругової економіки в ЄС , завдяки цьому , матеріали та інші товари могли б зберігати свою цінність як умога довше , приносячи завдяки чому економічну вигоду. Цифрова ж стратегія ЄС на корисність трансформації для компанії.

В умовах поглиблення євроінтеграційних процесів , котрі відбуваються зараз , потрібно не забувати про економічне забезпечення такого виду діяльності , його організаційна частина також несе важливу роль. Для організації процесу загалом необхідними для системоутворення є механізм забезпечення зовнішньо економічної діяльності й активізація зовнішніх відносин. Коли підприємство приймає участь в зовнішньоекономічній діяльності , це стає початком для використання переваг міжнародного поділу праці та входження до інтеграції в світове господарство , й також можна буде помітити позитивний вплив на показники ефективності.

Європа була першим з великих регіонів світу , де розвинувся сучасний тип економіки , заснований на комерційному сільському господарстві , промисловому розвитку та наданні послуг. Успішний розвиток економіки можна простежити завдяки історії інновацій , еволюції робочої сили та взаємозв'язку між її частинами. Це відноситься як до природних так і до створених людиною , це й сприяло полегшенню переміщення величезної кількості сировини й вже готової продукції й передачі ідей.

ЄС ,діючи як єдиний ринок , входить в трійку найбільших «світових гравців» в відношенні міжнародної торгівлі . ВВП в 2021 році становив 14,5 трлн євро. Близько 14% від усієї зовнішньої торгівлі припадає на країни Європейського Союзу, на 2022 ця сума становила 17,2 трлн доларів . Щоб полібшити і пришвидшити процес при торгівельних операціях , в Рамках ЄС була визначена спільна валюта Євро, так було вирішено проблему з обміном курсу. Однак не всі країни ЄС використовують спільну валюту , оскільки рішення про перехід на спільну валюту був обційним , доволі багато країн вирішили залишити свою валюту. По при те , що є другим найменшим континентом , її стратегічне й географічне положення , родючі ґрунти та технологічна частина робить її однією з домінуючих економік, за допомогою підтримки секторів економіки.

В період 20-го століття в Європі був період значного економічного зростання , розвитку промисловості і тд. Але розвитку цього зростання заважав один фактор –багатонаціональний характер континенту. Породивши економічне суперництво між країнами , як наслідок трапилось виснаження ресурсів та поширення конкуренції з-за океаном. Також через протекціонізм уряду потенційний ринок для продукції був доволі обмежений, проте ця тенденція пішла на спад після створення Європейського економічного співтовариства.(співтовариство сторінка).

На початок 21-го століття виробництво залишається важливим для економіки країн Європи але все більш розчинялось під впливом розвитку сфери послуг. В галузі виробництва був певний розлад між складниками , наприклад як правило у процес були залучені виробничі галузі котрі мали високу додану вартість , тобто готовий продукт коштував набагато більше ніж витрати на його виготовлення , така тенденція в основному була притаманна країнам Західної Європи. В південно східній додана вартість була нижче. Хоч і в сфері промисловості відбулись значні скорочення , сфера послуг допомогла з вирішенням проблеми безробіття населення , компенсуючи цим одне одного. Процеси урбанізації та індустріалізації Європи роблять більш непомітним факт

того що вона є великим виробником аграрних культур. Кліматичні райони Європи допомагають окреслити райони діяльності виробництв певних товарів, наприклад країни півночі зосередженні на тваринництві замість вирощування культур. В Європі також широко практикується змішане землеробство й використанням відпрацьованих продуктів аграрної діяльності. При цьому землі під землеробство займають менше $\frac{1}{3}$ загальної площі.

Незважаючи на зміни й значне збільшення важливості сфери туризму в розрізі економіки, промисловість залишається найбільшою сферою економічної діяльності, займаючи 19,7 відсотків доданої вартості. Існує десять основних видів економічної активності. (Додаток Д)

При цьому при аналізі статистичних даних можна прослідкувати явний спад, адже станом на 1999, її відсоток становив 22,6. Зменшення відбулося й в сферах сільського господарства, будівництві, фінансовій й страховій діяльності, хоч і не було таким значним, як в промисловості. Зростання ж відбулося в професійній, науковій діяльності, в діяльності пов'язаній з нерухомістю.

Переглянувши діаграму валової доданої вартості станом на 2020 рік можна побачити, (Додаток Е) сфера послуг загалом в Європі займає 72,9 %, промисловості 25,1, частка в аграрній діяльності становить 1,8%. Найбільшу частку сфера послуг займає в Люксембурзі 87%, а найменшу в Ірландії 58%, натомість, там постає найбільша частка сфери виробництва займаючи аж 41%.

2.2. Пріоритетні напрями та нові можливості розвитку економічної діяльності ТОВ «ІКЕА Україна» на ринках країн Європейського союзу.

Ринок країн Європи не є найпростішим для підприємств. Основною проблемою постають відмінності в узаконенні діяльності та через численні сертифікати та інші вимоги. Одною з головних перешкода також постає справді висока конкуренція на Європейському ринку. Не зважаючи на ці фактори експортна діяльність продовжує нарощувати оберти.

Партнерство між Україною та країнами ЄС було зароджене вже давно. Першою підписаною угодою між країнами стала «Угода про партнерство та співробітництво між Україною та Європейським Союзом» котра була підписана ще в 1994 році. Такого роду угода була вперше укладена з пострадянською країною. В 1997 році був підписаний додатковий протокол до угоди, причиною було збільшення країн-членів ЄС. Згодом після тривалого періоду змін в середині держави, у 2014 році, була підписана вже угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Ця угода була покликана на зміну минулій угоді та дозволила перейти від простого партнерства до тісного співробітництва, економічної інтеграції й політичної асоціації. У 2018 році була створена стратегія інтеграції стоком на 5 років, проте після повномасштабного російського вторгнення на територію України було в екстреному порядку подано заявку на вступ до ЄС. На даному етапі Європейським парламентом вже була ухвалена резолюція, за якою Україна визнається кандидатом на вступ до Європейського союзу, тому можна чітко сказати, що подальші зв'язки та співпраця України з країнами членами союзу будуть тільки поглиблюватись.

Можемо також розглянути таблицю співпраці між Україною та країнами Європейського Союзу в розрізі зовнішньої торгівлі за період трьох років. Таблиця 2.1.

Як ми бачимо, у сфері торгівлі товарами можна відзначити, що станом на 2021 рік, найбільшими партнерами з експорту були такі країни як Польща, Італія та Німеччина при цьому частка Польщі сягає аж 19.5 відсотків. В імпорті ж на першому місці знаходиться Німеччина, з аж 21.7 відсотками від загального обсягу. Найменш розвинути торгові відносини постають з Хорватією, Кіпром та Мальтою.

Судячи з обсягу експортних та імпортних операцій, можна твердо сказати, питома вага відносин у сфері торгівлі має стале зростання. При цьому можна підкреслити, що обсяг імпортних операцій випереджає експортні. Говорячи про причини цього явища, до таких можна віднести низький технологічний розвиток

виробництва , проте сучасний економічний стан країни не давав виправити цю ситуацію відкривши нові виробництва з високотехнологічним обладнанням чи модернізувавши старі. Як наслідок конкурентоспроможність товарів на ринку доволі низька.

Таблиця 2.1.

Зовнішня торгівля України з країнами ЄС за період 2019-2021рр.

	2021 рік			2020 рік			2019		
	Експорт	Імпорт	Сальдо	Експорт	Імпорт	Сальдо	Експорт	Імпорт	Сальдо
	тис.дол. США	тис.дол. США		тис.дол. США	тис.дол. США		тис.дол. США	тис.дол. США	
Усього	26792969,3	28954281,2	-2161311,9	18604909,9	23859713,0	-5254803,1	20750741,6	25012187,7	-4261446,1
у тому числі									
Австрія	915155,5	860067,0	55088,5	579988,3	559737,2	20251,1	598319,5	657000,3	-58680,8
Бельгія	659034,3	752305,6	-93271,4	560930,3	526390,3	34540,0	680704,4	549463,0	131241,3
Болгарія	835270,9	542297,9	292972,9	511502,7	289909,3	221593,4	482168,2	459341,9	22826,3
Греція	212785,1	495622,7	-282837,6	178809,9	317007,7	-138197,8	274211,5	311635,1	-37423,6
Данія	285816,4	305260,6	-19444,2	216888,6	220915,4	-4026,8	254684,7	274188,2	-19503,5
Естонія	168628,9	169808,0	-1179,1	109748,0	177570,2	-67822,2	139859,9	144388,1	-4528,1
Ірландія	97882,3	231456,2	-133574,0	94365,8	209304,8	-114939,0	153235,2	169564,7	-16329,5
Іспанія	1677241,7	975882,5	701359,2	1250213,7	735137,4	515076,3	1500801,3	844213,8	656587,5
Італія	3469269,2	2675493,0	793776,2	1928906,3	2128733,9	-199827,6	2418875,4	2074753,7	344121,7
Кіпр	47441,0	38039,1	9401,9	31820,8	19005,6	12815,2	43043,5	23165,0	19878,5
Латвія	288575,1	210303,4	78271,7	229426,4	158959,8	70466,6	300080,9	166467,0	133613,9
Литва	576917,6	1290895,4	-713977,7	431448,5	813405,6	-381957,1	410796,4	1144499,2	-733702,8
Люксембург	15743,2	20285,6	-4542,4	17423,1	17117,1	306,0	20179,0	53130,7	-32951,7
Мальта	30209,6	116047,5	-85837,9	8851,6	14056,2	-5204,6	41427,2	5220,0	36207,3
Нідерланди	2262530,2	1012585,8	1249944,4	1802205,9	750840,0	1051365,9	1848424,7	765085,6	1083339,1
Німеччина	2866373,4	6284374,9	-3418001,5	2071739,4	5339677,7	-3267938,3	2383003,1	5986873,6	-3603870,5
Польща	5227413,1	4962500,1	264913,0	3272683,1	4140911,8	-868228,7	3295846,6	4109083,2	-813236,7
Португалія	341202,1	88770,4	252431,7	233971,3	68191,1	165780,2	282174,2	74806,3	207367,9
Румунія	1543445,3	796433,7	747011,6	1080954,2	682434,6	398519,6	1005591,3	645529,3	360062,0
Словаччина	999275,1	923213,6	76061,6	446759,5	1143401,5	-696642,0	709620,1	651805,4	57814,7
Словенія	75524,5	287793,7	-212269,2	40280,9	253442,4	-213161,5	38945,3	245038,8	-206093,5
С. К. Великої Британії	0,0	0,0	0,0	666851,9	734243,8	-67391,9	628087,7	769910,5	-141822,8
Угорщина	1622073,1	1571028,5	51044,6	1263810,4	1399536,4	-135726,0	1562809,4	1251100,5	311708,9
Фінляндія	110813,2	306066,4	-195253,3	54540,1	249228,5	-194688,4	46178,7	275264,6	-229085,9
Франція	896493,5	1764887,6	-868394,1	592395,2	1467709,5	-875314,3	596505,8	1652665,3	-1056159,5
Хорватія	45742,3	67379,3	-21637,0	29593,1	52845,2	-23252,1	37197,4	52505,4	-15308,0
Чехія	1414558,4	1480804,9	-66246,4	826278,3	961721,3	-135443,0	920901,6	1165526,6	-244625,0
Швеція	107554,5	724637,9	-617083,4	72522,5	428096,8	-355574,3	77068,7	489042,0	-411973,2

Джерело:[2]

В 2022 ситуація погіршилась ще більше , багато виробництв було зруйновано Росією, посівну не вдалось почати вчасно , через це урожай цього року був меншим , частина областей з родючими землями була під окупацією а інша ще досі залишається, довгий час торгівля морем була повністю не доступна , на

даному етапі ситуація не суттєво змінилась , довелось домовитись про транспортування зерна морем , та і цей процес проходить зовсім не вдало , такі причини дуже вплинули на експорт України . Дивлячись на попередню таблицю ми можемо не озброєним оком сказати , що з переважною кількістю країн Україна має негативне сальдо. Проте з країнами склалися не однакові відносини з експорту та імпорту тому й сальдо в деяких з них є позитивним.

Для можливості конкурувати на міжнародному ринку, країна повинна враховувати не лише інтереси партнерів , а й свої переваги. Всі необхідні важелі в економічній політиці Україна вже застосовує.

Через постійний процес збільшення числа суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності й ускладнення та динамізація зовнішніх операцій стала причиною формування системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Вона представляє собою сукупність принципів , правил та норм впливу на формування сфери з гарною ефективністю діяльності за допомогою різноманітних інструментів. Крім того така діяльність сприяє розповсюдженню. Технологій та ідей. Беручи до уваги зовнішньоекономічна діяльність підприємств, можна сказати , що вона несе з собою багато переваг, котрі в свою чергу стимулюють зростання в сфері економіки . Завдячуючи цьому як підприємство так і країна отримують змогу спеціалізуватися у декількох сферах. Тобто так вони мають змогу як імпортувати так і експортувати продукцію.

ІКЕА Україна вже є частиною Холдингу ІКЕА , тому теоретично як окрему фірму вивести її на ринок не вийде , проте , можна розвинути співробітництво у двох різних напрямках. Перш за все варто звернути свою увагу на продовольчу складову магазинів, в майже кожному магазині є невеликий продуктовий маркет з їжею котра притаманна в Швеції або зроблена в її стилі , такі магазини можна розбавити асортиментом Українських товарів. Беручи до уваги те , що Україна зараз у всіх на слуху й кількість Українців котра виїхала та досі перебуває зараз за кордоном , додання до асортименту більш звичних товарів для всіх бажаючих не тільки принесе дохід , а й подарує нові робочі місця. Друга перспективна

галузь розвитку це відкриття виробництва меблів для ІКЕА в Україні, хоч через війну така ідея зараз не доступна до втілення в реальність, про те дивлячись на перспективу, це не виглядає так безглуздо. Загально відомим фактом є те, що Україна в основному постачає сировину в інші країни, замість готового виробу, розмістивши виробництва на території України компанія не лише наростить кількість виготовленої продукції а й зменшить свої витрати, по скільки не потрібно буде доставляти сировину з однієї країни в іншу для виготовлення певного виду товару. Гарною ідеєю було б залучити Україну до числа країн з якими співпрацює компанія в якості підтримки соціальних підприємців, маючи унікальну культуру на історію, Україна стала б чудовим місцем для розробки та виготовлення унікальних товарів ручної роботи, додана при розробці етнічна нотка зробила би вироби справді особливими.

Проаналізувавши інформацію в секторі ринку, можна зазначити, що компанія має декілька можливостей та акцентів які можливо поглибити і котрі є придатні до використання в реальному житті зокрема:

- зростання попиту на екологічну продукцію. З кожним днем люди намагаються жити більш екологічно та купувати екологічні товари, що корисно не тільки для самих людей, а й для планети в цілому.

- зростання кількості покупців орієнтованих на дешеві товари

- скорочення споживання ресурсів та мінімалізація вуглецевого сліду. На зараз в ІКЕА неймовірна кількість проектів пов'язаних з цими питаннями, зокрема навіть структура перевезень розроблена так, щоб мінімалізувати вуглицевий слід, наскільки це можливо.

- залучення молодого покоління.

- впізнаваність бренду на ринку

- розвиток бізнесу в країнах, що розвиваються.

До потенційних загроз можна віднести: страх споживачів перед чимось новим та поява багатьох конкурентів на ринку, котрі також пропонують низьку ціну, оскільки ціна на сировину виросла, компанії також довелось підняти ціни.

Для досягнення ефективності на ринку Ірландії наприклад, компанія повинна більше часу приділяти сталому розвитку. Використовуючи індивідуальну стратегію та інноваційні ідеї, на ринку даної країни ІКЕА збереже свою вартість.

2022 рік був складним не тільки для Українців, а й для людей по всьому світу. Початок війни створив по собі інфляцію. Через даний процес, ще більше людей перейшло до пошуку дешевого варіанту серед меблів та товарів для дому. В результаті продажі в розрізі роздрібної торгівлі зросли на 6,5% відсотків. Порівняючи продажі, можа побачити, що зростання дійсно виглядає не малим.

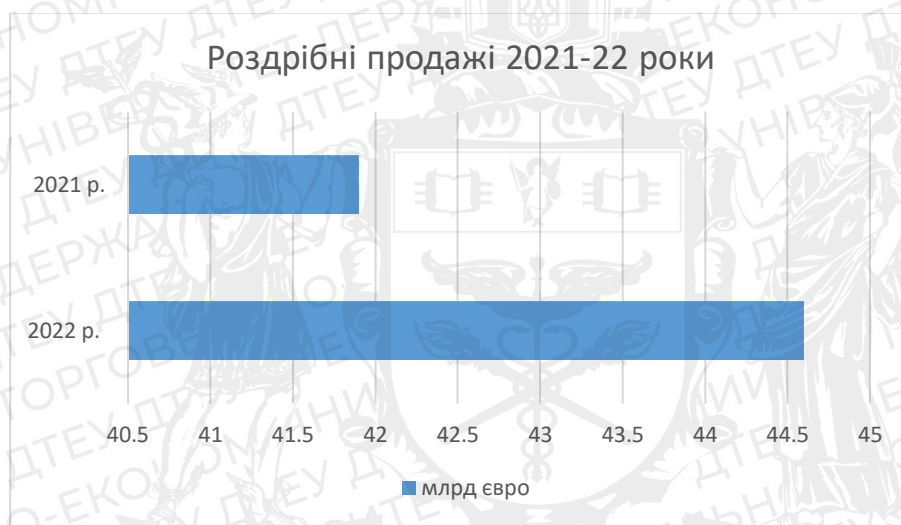


Рис. 2.1. Роздрібні продажі ІКЕА у 2021-22 роки.

Джерело складено за [22]

Не зважаючи на очевидний прибуток компанії, ІКЕА вирішила підтримати тисячі сімей, також важливим кроком для компанії став вихід з ринку Росії, через агресію цієї країни, вирішивши слідувати своїм принципам. Станом на 2022 рік загальні продажі в магазинах ІКЕА зросли на 13%. В основному зростання продажів припало на Європу. Статистика ж онлайн продажі впала порівняно з 2021, аж на 10 відсотків.

При теоритичному прийнятті рішення щодо виходу компанії ТОВ «ІКЕА Україна» як самостійного організму, при збереженні основних принципів компанії, перше, що потрібно зробити, це провести стратегічне планування аналізуючи сильні та слабкі сторони проекту. Одним з методів планування є

SWOT-аналіз , він доволі широко застосовується у процесі стратегічного планування, що полягає в розділенні чинників та явищ на категорії: сильні сторони , слабкі сторони проекту , можливості та загрози.

Проаналізувавши компанію як в розрізі України так і в розрізі міжнародної компанії був створений даний рисунок 2.2.



Рисунок 2.2 SWOT-аналіз TOB «IKEA Україна».

На підставі проведенного SWOT-аналіз TOB «IKEA Україна» , можна визначити нові можливості розвитку економічної діяльності TOB «IKEA Україна» на ринках країн Європейського союзу які полягають у залученні клієнтів зацікавлених в еко товарах, рестайлінгу нових точок введення товарів з етнічними нотами та нової продукції.

Висновок розділу 2

Загалом можна підсумувати, що рівень торгівлі з країнами ЄС поступово збільшувався. Події 2022 року перевернули усе з верх дном, проте Україна ще ніколи так не була близька до ступу в ЄС. Після закінчення війни можна передгадати жахливий стан економіки. Хоч економіка нашої країни підтримується величезними сумами закордонних інвестицій, цього все одно не вистачає. Через постійні відключення світла, викликані російськими обстрілами, руйнування багатьох підприємств й складів, окупацію значної частини України та інші фактори, економічна діяльність зараз знаходиться не в кращому стані.

Беручи до уваги тенденції економічної діяльності на ринках країн-членів Європейського Союзу, найбільшою галуззю діяльності залишається і, судячи з тенденцій, буде залишатись сфера послуг. Проте можливий ріст і в промисловості, певні країни будуть намагатись компенсувати проблему, або ж дефіцит наданих товарів, послуг та іншого з території України, розширюючи свою діяльність.

З аналізу ж компанії ІКЕА, її зовнішніх, внутрішніх факторів й діяльності. Ми можемо підкреслити лише необхідність проведення додаткової оцінки ринків для унеможливлення появи конкурентних переваг в інших компаній. Важливим постає збереження фінансового становища та розробка нових стратегій, шляхом виявлення можливостей котрими можна вигідно скористатись та заздалегідь виявити загрозу, ще до її появи. Протягом десятків років компанія продовжує впроваджувати діючі на результат стратегії для розвитку бізнесу. Хоч компанія навіть і не думає поступатися своїми лідерськими позиціями на міжнародному ринку, вся економічна сфера зазнає перших змін, перетворень, обережність та планування наперед, теж являють собою гарне стратегічне рішення.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В роботі обґрунтуванні напрямки в розвитку міжнародної економічної діяльності країн в розрізі системи міжнародних економічних відносин з країнами Європейського Союзу. Детально роздивившись взаємодію між ринками України та Європи, проаналізувавши їх діяльність поодиночі і не тільки, ми можемо скласти вже більш цілісну картину ситуації. Держава використовує доволі обширну кількість інструментів й заходів, котрі використовує з метою допомогти суб'єктам економіки в освоєнні нових ринків збуту. За для цього використовується й зближення умов діяльності, переважно це проходить через страхові програми. Україна оптимально поєднує всі важелі економічного регулювання.

Проте підприємства вітчизняного ринку базується на зовнішній торгівлі, беручи на себе більше ризиків. Їм доводиться протистояти не малим труднощам, всі тенденції надзвичайно відчутні. Підприємства нашої країни знаходяться в постійних пошуках можливостей за межами країни. Як ми вже визначили, ринок країн Європейського Союзу, зовсім не простий, маючи порівняно з Українським, більш сильні обмеження з боку правового регулювання, через це, він більш нестабільний. Тому у майбутньому одним з найважливіших завдань для України повинна постати активізація зовнішньоекономічної діяльності. Так підприємства зможуть швидше пристосуватись до умов котрі виникають на ринку.

Необхідно вжити певних заходів для досягнення диверсифікації, до них входить державна підтримка, залучення місцевого органу влади для фінансування, розширення повноважень, місцевих органів, тощо. Загалом конкурентоспроможність України порівняно з економікою Євросоюзу, є низькою.

На даному етапі важко спрогнозувати куди візьме курс економічна діяльність після закінчення війни, проте, нарощування її з Європейським Союзом в якості партнера, в будь-якому випадку є гарним варіантом.

Основною проблематикою при виході на ринок ЄС постає конкуренція та процедура сертифікації продукції. Тому подальшим пріоритетом діяльності Уряду є продовження реформ для розширення доступу товарів на ринок ЄС.

Як ми вже попередньо розглянули, ІКЕА Україна не зможе вийти як окремий бренд, проте, допускається співпраця в сфері виробництва. Виробляючи індивідуальні товари та продукти для продажу в магазинах основної компанії по всьому світу, є чудовою можливістю для збільшення економічної діяльності. Дозволяючи не тільки збільшити дохідність, а ще й стане запорукою нових робочих місць. Адже проблема з пошуком роботи на разі стоїть гостро як ніколи.

Говорячи про подальший розвиток компанії ІКЕА у цілому на ринках країн ЄС, можна виділити, що незважаючи на певні труднощі, пов'язані зі змінами на ринку, компанія твердо тримає голову і не поступається своїми позиціями. При тому, що кількість покупців орієнтованих на дешевий сегмент зростає ринку зростає, залишається ще доволі обширна частина заможного населення. Змінювати формат ІКЕА звійсно ж непотрібно, така стратегія принесе тільки збитки, так як цілі сталого розвитку допомагають не тільки в побудові репутації, а й покращують досвід покупців під час їх покупок. Проте орієнтуючись на більш заможну частину, моєю пропозицією буде введення лімітованих товарів, найкраще буде, якщо дані товари будуть розроблені з використанням інших матеріалів та з залученням соціальних підприємців, адже так товар здобуде ще більшої унікальності з боку клієнта. Таким чином задовольнити можна буде й покупця з іншими ціновими потребами. Тому компанії слід продовжувати розробляти функціональні та інноваційні продукти для різних категорій потенційних споживачів, щоб продовжувати збільшувати свою частку ринку.

Звісно, будь-які зміни, що стосуються концепції бренду або роботи на ринку є дуже важливими. Тому за для запобігання негативної реакції з боку вже існуючих покупців, варто бути дуже обережними. Для початку гарним рішенням було б провести опитування, серед певного числа клієнтів та почути їх відгук, наступним етапом стало б введення товарів дорожчого сегменту тільки онлайн.

Просуваючись такими малими кроками можна убезпечити компанію від провальних рішень, котрі можуть істотно вплинути на місце компанії на ринку.

Отже, винести з нашого дослідження можна такий підсумок: ІКЕА - це велика всесвітньо відома компанія, котра росте і розвивається з кожним днем. Навіть на піках криз, завжди знаходить вірні рішення завдяки повній взаємодії та злагодженій роботі в компанії. Зрозуміло, у всьому можна знайти недоліки та запропонувати ідеї, і це саме та компанія, котра прослухавши думку та критику, моментально проаналізує та знайде шляхи вирішення даного питання.

Незважаючи на доволі великий стаж в економічній діяльності ІКЕА нестримно прагне до нових висот, тримаючи при цьому баланс між гнучкістю, інноваційністю, готовністю до суттєвих змін, з старими традиціями й цінностями, розсудливістю та гарним стратегічним плануванням своїх дій. Саме тому компанія продовжує займати провідні місця в економічній діяльності на Європейському ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1) Сучасна українська економіка: стан і проблеми розвитку / І. С. Гращенко, Т. Г. Остапенко, Н. П. Прищепа, О. Д. Онопрієнко. // Економіка. Фінанси. Право. — № 5/1'2018.
- 2) Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 3) Діденко С. Рекордний обсяг з ЄС і зниження частки з РФ: з ким і як торгувала Україна у 2018-му [Електронний ресурс] / Сергій Діденко // ua.news. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: <https://ua.news/ua/rekordnyj-obsyag-z-yes-i-znyzhennya-chastky-s-rf-s-kym-i-yak-torguvalaukrayina-u-2018-mu/>.
- 4) Міжнародні економічні відносини: підручник/ за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 612 с
- 5) Світовий ринок товарів та послуг: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. — К. : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2015. — 720 с.
- 6) Анистратенко Н.В. Оцінка інвестиційного клімату України та мотивація іноземних інвесторів // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: Сб. науч. тр. — Донецк: ДонНУ, 2001. — с. 85-88.
- 7) Бакаєв О.О., Пирожков С.І., Євєнко В.Л. Міжнародні транспортні коридори — пріоритет української економічної перспективи // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Україна в ХХІ ст.: Концепції та моделі економічного розвитку: Щорічник наук. пр. — 2001.
- 8) Васюк Т. В. Організаційно - економічні механізми активізації зовнішньоекономічної діяльності національного підприємства на європейському ринку.
- 9) YouControl — аналітична система для комплаєнсу, аналізу ринків, ділової розвідки та розслідувань. URL: <https://youcontrol.com.ua/topics/kved-ukrainu-i-ego-polza-dlya-biznesa/>
- 10) Борданов С.В. Інтеграція України до світового господарства шляхом формування національної транспортної мережі, 2005. — С. 411-416.

- 11) ПРУШКІВСЬКА ЕВ, Авраменко КО. Інноваційні стратегії розвитку міжнародних компаній в умовах глобалізації; Innovative strategies for development of international companies in the conditions of globalization. Економічний вісник Дніпровської політехніки; Economic Bulletin of Dnipro University of Technology, 2020.https://ev.nmu.org.ua/docs/2020/4/EV20204_028-035.pdf
- 12) Міністерство закордонних справ України.URL: <https://mfa.gov.ua/>
- 13) Валдайцев С.В. Управление инновационным бизнесом/ – М.: ЮНИТИДАНА, 2001. – 343 с.
- 14) Бочан І.О., Михасюк І.Р. Глобальна економіка. – К.: Знання, 2007. – 403с.
- 15) Торговельне та інвестиційне співробітництво між Україною та Європейським Союзом. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/2014-2015_trade-UA-EU.pdf
- 16) Hrashchenko I. Problems of european integration / I. Hrashchenko, S. Krasniuk // Трансформація міжнародних економічних відносин: сучасні виклики, ризики, можливості та перспективи / I. Hrashchenko, S. Krasniuk. — Riga, Latvia: ISMA University, 2017. — 497 p.
- 17) Презентація на тему: ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ. URL: <https://svitppt.com.ua/ekonomika/derzhavne-regulyuvannya-ekonomiki.html>
- 18) Eurostat . URL:<http://ec.europa.eu/eurostat>
- 19) Countries with IKEA stores.
URL:https://www.reddit.com/r/MapPorn/comments/i7ptq1/countries_with_ikea_stores/
- 20) The Biggest IKEA Store Networks in Europe.
URL:<https://www.statista.com/chart/9561/the-biggest-ikea-store-networks-in-europe/>
- 21) The Biggest IKEA Store Networks in Europe.
URL:<https://www.statista.com/chart/9561/the-biggest-ikea-store-networks-in-europe/>
- 22) About IKEA. URL: <https://www.ikea.com/us/en/this-is-ikea/about-us/#:~:text=IKEA%20was%20founded%20by%20Ingvar,people%20all%20over%20the%20world.>
- 23) BUSINESS ANALYSIS. In-Depth SWOT Analysis of IKEA.

URL:<https://www.edrawmind.com/article/swot-analysis-of-ikea.html>

24) IKEA continues to grow in a challenging business environment.

URL:<https://about.ikea.com/en/newsroom/2022/10/13/ikea-continues-to-grow-in-a-challenging-business-environment>

25) IKEA's New Europe Empire. URL:<https://www.intellinews.com/ikea-s-new-europe-empire-204194/>

26) Internal and External Factors Analysis of IKEA.

URL:<https://studycorgi.com/internal-and-external-factors-analysis-of-ikea/>

27) PESTLE Analysis of IKEA. URL:<https://pestleanalysis.com/pestle-analysis-of-ikea/>

28) Gross value added by economic activities.

URL:<https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/gva/?lang=en>

29) Output of economic activities in the EU Member States.

URL:<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20201028-1>

30) Exporting from the EU and importing into the EU.

URL:<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>

31) Zakharova,D.S. (2011).Competitiveness of machine-building industry domestic enterprises on the world market[Konkurentospromozhnist vitchyznianskykh pidpriemstv haluzi mashynobuduvannia na svitovomu rynku], Ekonomika i menedzhment: perspektyvyintehratsiiinnovatsiinoho rozvytku,available at:<http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-imenedzhment/zaharova.html>.

32) Kukharskaya,N.A. (2016). Free Trade Zone Ukraine-EU: prospects and risks of implementation.

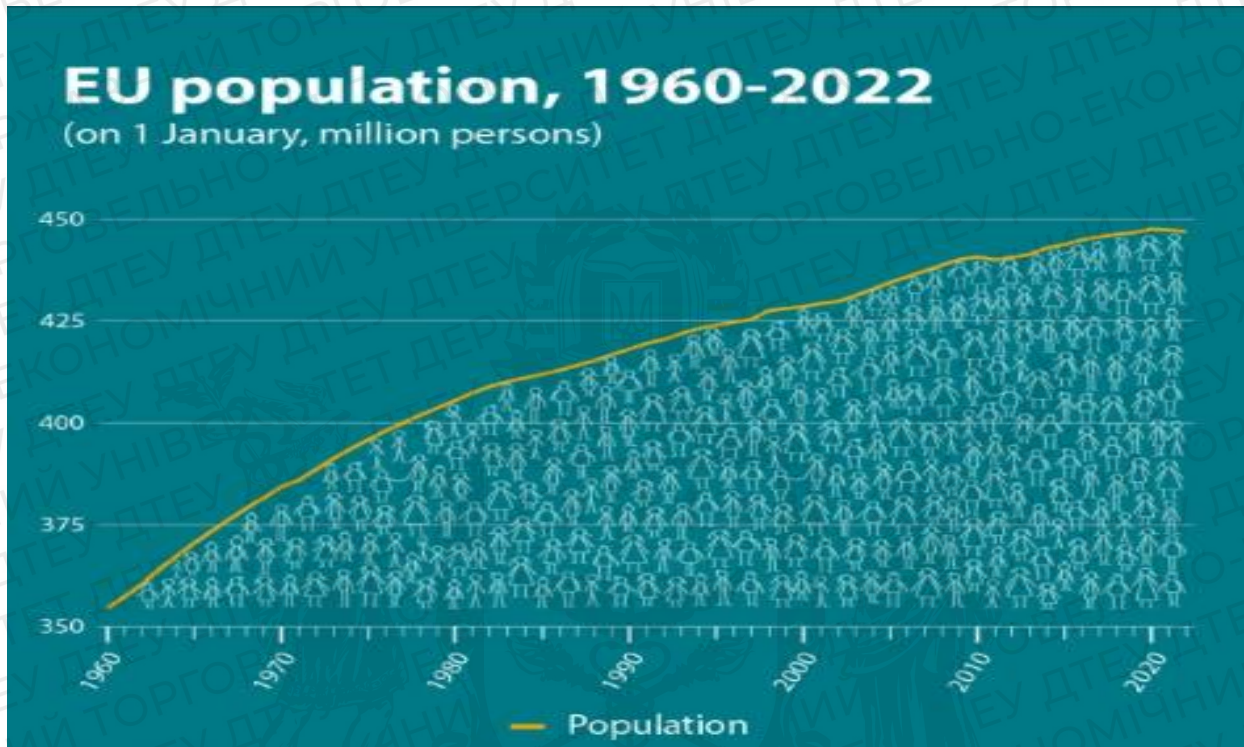
33) The Times 100 (2012). Business Case Studies. Ikea case study. Available at: <http://businesscasestudies.co.uk/ikea/swot-analysis-and-sustainable-business-planning/strengths.html#axzz2VB9TPpjz>

34) European Commission:website, available at: <http://ec.europa.eu/growth/sectors/construction/product-regulation.6>.Plunkett,W.

(2017). Latest market developments in the European cable industry, Integer Research Ltd.

ДОДАТКИ

(Додаток А)



Чисельність населення Європи з 1960 по 2022 роки.

Джерело [18]

(Додаток Б)

A*38 code	ISIC Rev. 4/ NACE Rev. 2	Divisions
1 A	Agriculture, forestry and fishing	01 to 03
2 B	Mining and quarrying	05 to 09
3 CA	Manufacture of food products, beverages and tobacco products	10 to 12
4 CB	Manufacture of textiles, apparel, leather and related products	13 to 15
5 CC	Manufacture of wood and paper products, and printing	16 to 18
6 CD	Manufacture of coke, and refined petroleum products	19
7 CE	Manufacture of chemicals and chemical products	20
8 CF	Manufacture of pharmaceuticals, medicinal chemical and botanical products	21
9 CG	Manufacture of rubber and plastics products, and other non-metallic mineral products	22 + 23
10 CH	Manufacture of basic metals and fabricated metal products, except machinery and equipment	24 + 25
11 CI	Manufacture of computer, electronic and optical products	26
12 CJ	Manufacture of electrical equipment	27
13 CK	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	28
14 CL	Manufacture of transport equipment	29 + 30
15 CM	Other manufacturing, and repair and installation of machinery and equipment	31 to 33
16 D	Electricity, gas, steam and air-conditioning supply	35
17 E	Water supply, sewerage, waste management and remediation	36 to 39
18 F	Construction	41 to 43
19 G	Wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles	45 to 47
20 H	Transportation and storage	49 to 53
21 I	Accommodation and food service activities	55 + 56
22 JA	Publishing, audiovisual and broadcasting activities	58 to 60
23 JB	Telecommunications	61
24 JC	IT and other information services	62 + 63
25 K	Financial and insurance activities	64 to 66
26 L	Real estate activities*	68
27 MA	Legal, accounting, management, architecture, engineering, technical testing and analysis activities	69 to 71
28 MB	Scientific research and development	72
29 MC	Other professional, scientific and technical activities	73 to 75
30 N	Administrative and support service activities	77 to 82
31 O	Public administration and defence, compulsory social security	84
32 P	Education	85
33 QA	Human health services	86
34 QB	Residential care and social work activities	87 + 88
35 R	Arts, entertainment and recreation	90 to 93
36 S	Other services	94 to 96
37 T**	Activities of households as employers; undifferentiated goods- and services-producing activities of households for own use	97 + 98*
38 U**	Activities of extra-territorial organisations and bodies	99*

Класифікація видів економічної діяльності Європейського Співтовариства.

Джерело: [40]

(Додаток В)



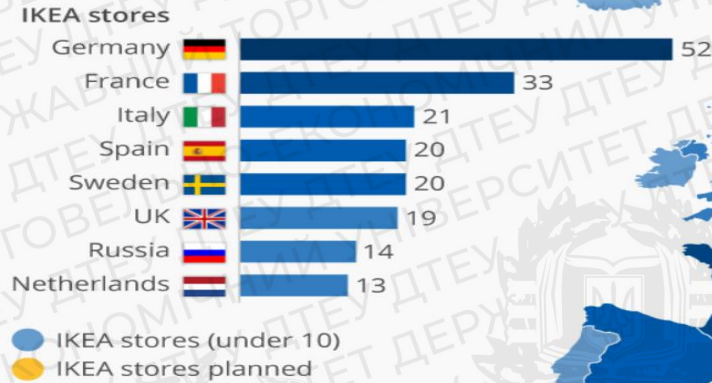
Наявність магазинів ІКЕА на карті Європи.

Джерело: [19]

(Додаток Г)

The Biggest IKEA Store Networks in Europe

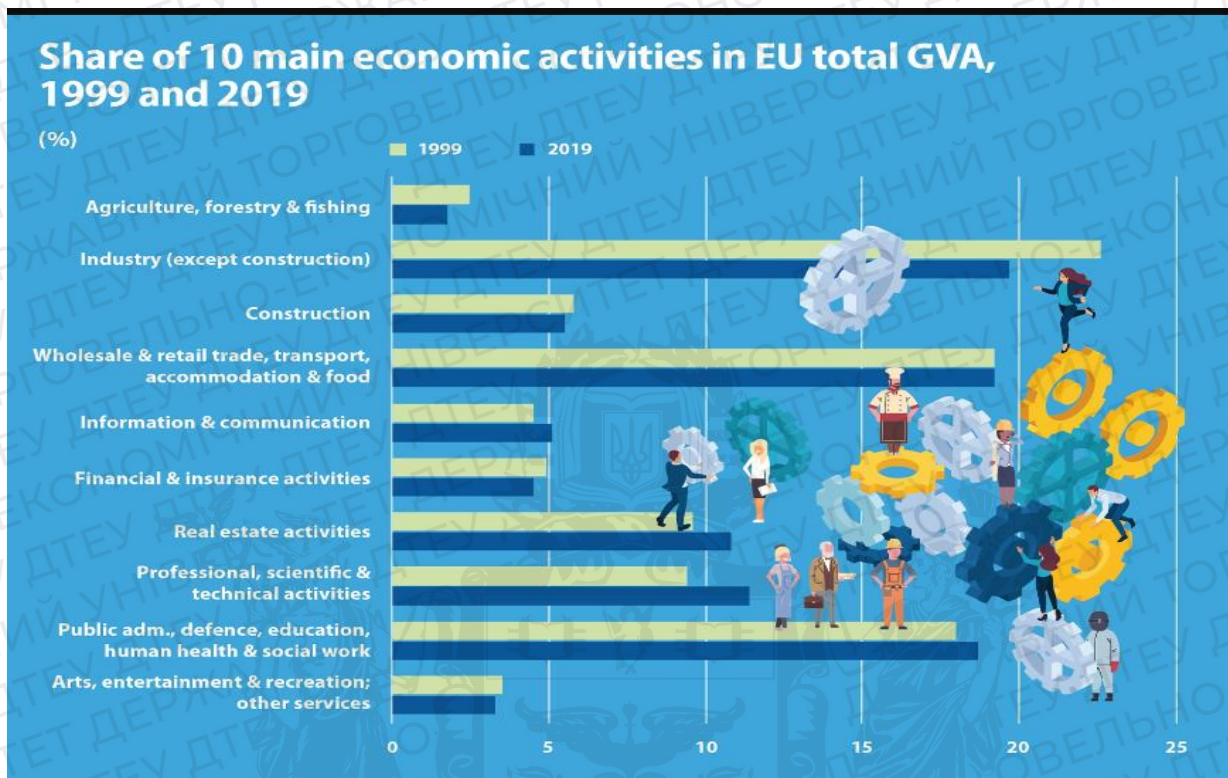
Number of IKEA outlets in European countries*



Найбільші мережі магазинів ІКЕА в Європі.

Джерело: [20]

(Додаток Д)



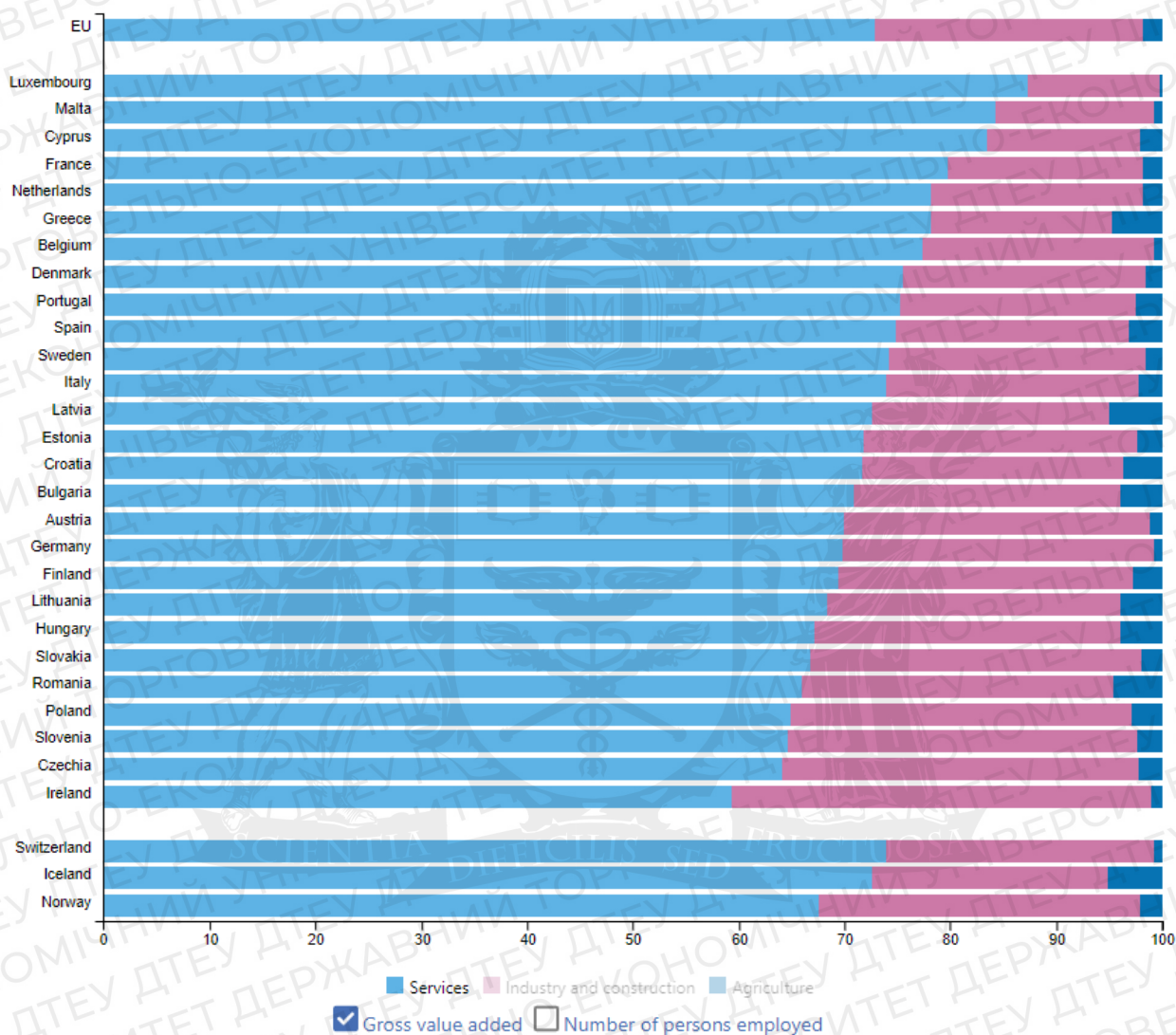
Частка 10 основних видів економічної діяльності в Європі з 1999 по 2019

Джерело: [17]

(Додаток Е)

Gross value added by economic activities, 2020

(as % of total gross value added)



Частка економічної діяльності в країнах Європейського Союзу на 2020 рік.

Джерело: [28]