

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

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

**«МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ
У ХХІ СТОЛІТТІ: МЕХАНІЗМИ, ФОРМИ,
РЕГУЛЮВАННЯ»**

**УДК 339.9”20”
М 58**

Організаційний комітет:

Солодковський Юрій Мечиславович – к.е.н., доцент
Столярчук Ярослава Михайлівна - д.е.н., професор
Поручник Анатолій Михайлович – д.е.н., професор
Мозговий Олег Миколайович - д.е.н., професор
Циганкова Тетяна Михайлівна - д.е.н., професор
Галенко Оксана Миколаївна – д.е.н., професор
Федірко Олександр Анатолійович – д.е.н., доцент
Бурмака Микола Олексійович – к.е.н., доцент
Веремієнко Тетяна Сергіївна – к.е.н., доцент

(ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»)

*Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.
Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст*

«Міжнародна економічна діяльність у XXI столітті: механізми, форми, регулю-
М 58 вання: зб. матеріалів студентської наук.-практ. Інтернет-конф. [Електронний
ресурс], 13 листопада 2020 р., м. Київ. – Київ: КНЕУ, 2020. – 517 с.
ISBN 978-966-926-347-6

У збірнику подано тези доповідей студентів факультету міжнародної економіки і менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

УДК 339.9”20”

ЗМІСТ

Гончаренко А.І. Позиція Китаю на світовому ринку промислової робототехніки	11
Столярчук В.А. Мережевізація як провідний глобальний тренд світогосподарського розвитку	14
Дьоміна Л.А. Digital Marketing Strategy: The case of high-fashion retailers on Instagram	17
Зінюк А.В. Парадигма розвитку українського ринку послуг лід-менеджерів	19
Сергач Ю.І. Формування програми залучення іноземних інвестицій з метою розширення діяльності у секторі відновлюваної енергетики в Україні	22
Шевчук Д.Ю. Діяльність іноземних банків України	25
Гілберт А.В. Перспективи розвитку відновлюваної енергетики у світі	27
Александров М.О. Цифровий аутсорсинг в міжнародному бізнесі	30
Базиліук Р.С. Вплив COVID-19 на міжнародну торгівлю	32
Бондар В.М. Форми та принципи організації сервісу обладнання на цільових закордонних ринках	35
Гарбар А.Ю. Роль міжнародного обміну технологіями у міжнародній економічній діяльності у XXI столітті	38
Грищенко О.І. Ризик-менеджмент у міжнародному бізнесі	41
Данилік М.Р. Напрямки комунікативної диверсифікації сучасного бізнесу	43
Дядюк У.О. Брендинг у підвищенні конкурентоспроможності міжнародної компанії	47
Жидкова К.І. SMM-маркетинг у розвитку персонального бренду	49
Забродська О.Є. Інтернет-маркетинг як ефективний інструмент динамізації міжнародного бізнесу	51
Іванова Д.І. Розвиток зовнішньо-торговельної діяльності українських підприємств літакобудування	54
Іоницой Є.Ю. Перспективи розвитку річкового транспорту в системі агрологістичних інструментів підвищення конкурентоспроможності вітчизняного АПК	57
Іщук А.Є. Парадигма сучасного світового ринку нерухомості	60
Каленська К.О. Роль страхування у веденні сучасного бізнесу	63
Кириленко А.В. Сучасні тенденції міжнародних маркетингових досліджень	66

Кіяшко І. Принципи сталого розвитку в логістичних системах Швеції	69
Короткий Б.В. Торговельно–промислова палата України в міжнародній економічній діяльності XXI століття	72
Кузьмич А.Г. Вплив COVID-19 на трансформацію глобальної торговельної політики в секторі медичних засобів та приладів	74
Кулага В.Ю. Міжнародний маркетинг інновацій в контексті Інтернет–торгівлі	78
Кулага О.Ю. Інструменти віртуалізації та динамізації міжнародної торгівлі	81
Ладивір Марек Особливості розвитку логістичних систем розвинутих країн світу	84
Мегеря І.М. Сфери застосування блокчейн-технології як послуги	87
Мельниченко І.В. Сучасні мотиви розширення зовнішньоекономічної діяльності компаній	89
Мінчук О.А. Інформаційна економіка та інформаційний фактор в міжнародній економічній діяльності XXI століття	92
Музика О.Ю. Сучасні тенденції управління каналами розподілу в міжнародній компанії	95
Нікітішина А.Ю. Особливості міжнародної маркетингової діяльності підприємств на ринку будівельних послуг	98
Пакунова К.Г. Впровадження принципів економіки спільної участі в логістиці	100
Панасицька О. Інтеграція України до транспортно-логістичної системи ЄС	103
Пономаренко А.М. Сучасні тенденції розвитку міжнародного ресторанного бізнесу	106
Прищепа Н.В. Тенденції розвитку світового ринку геотекстилю	110
Розумняк А.А. Світові тенденції розвитку ринку наручних годинників	112
Руденко М.В. Фактори нарощення глобальної конкурентоспроможності Амазон в умовах зростання електронної комерції	116
Вольф К.В., Сметаніна А.Т. Зелена логістика в контексті реалізації стратегії сталого розвитку	119
Сокальська О.В. Маркетплейси як основний канал розподілу продукції в інтернет-середовищі	122
Степанцова А.Д. Структурна динаміка світової торгівлі пшеницею	124
Талах Д.В. Опосередковані маркетингові комунікації у виведенні продукту на закордонний ринок	128
Ускова Д.С. Сучасний механізм вирішення торговельних суперечок в рамках СОТ	131

Федорова А.В.	
Взаємодія замовників та виконавців у міжнародному консалтинговому бізнесі	134
Цапій Д.Ю.	
Сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі	137
Шайдецька В.О., Доценко О.Ю.	
Проблеми і перспективи роботизації виробничої діяльності міжнародних компаній	140
Громницький Л.А.	
Світовий ринок автомобілей: особливості функціонування та перспективи розвитку в сучасних умовах інтенсифікації глобальних трансформацій	144
Дворников Д.О.	
Глобальні конкурентні моделі розвитку столичних мегаполісів	149
Бурдюх М.М.	
Перше застосування міжнародних стандартів фінансової звітності	151
Галенко П. М.	
Історичний розвиток мегаполісу в умовах сучасної економічної системи	155
Грищук Р. В.	
Еволюція підходів до дослідження ролі мегаполісів	157
Король К. А.	
Консолідація фінансової звітності транснаціональних корпорацій: проблеми та практика здійснення	159
Ісаєв М.	
Генезис процесів злиття та поглинання в сфері аудиту	162
Лозовий Д.Р.	
Вплив системи оподаткування на діяльність суб'єктів господарювання	165
Морозюк О.О.	
Діяльність офшорних центрів	169
Савкун А.О.	
Сучасна парадигма креативного міста: аналітичні аспекти	171
Соколов А. Д.	
Аналіз діяльності ТНК під впливом податкової стратегії держави	175
Тусик Х.Р.	
Стратегії розвитку великих міст: методика і практика	177
Хом'як С.Л.	
Проблеми ухилення від сплати податків тнк в країнах, що розвиваються	181
Цимбалюк Б.В.	
Стратегічний аналіз діяльності корпорацій з метою виявлення ознак банкрутства	183
Савчук Є.С.	
Рушійні сили і суперечності антиофшорної політики ТНК	186
Гула Д.С.	
Розвиток харчової промисловості	188
Григорук С.М.	
Кластерний підхід в стратегії інноваційного розвитку США	193
Голоборотько В.Д.	
Перешкоди та напрямки зростання ринку інформаційних послуг в Україні	197
Матюшенко А.В.	
Стратегія взаємодії України з міжнародними валютно-фінансовими організаціями	200
Камінська Л.В.	
Продовольча безпека в контексті торгової політики країн	202
	206

Веселовська І. Фінансовий контролінг як інструмент діяльності міжнародних компаній	
Комаров Д.Ю. Мотиви злиття і поглинання міжнародних корпорацій	210
Миргородська Т.О. Еволюція підходів щодо трансфертного ціноутворення транснаціональними корпораціями	213
Невгад І.О. Розвиток малого та середнього бізнесу в умовах зростання глобальних ризиків	216
Овсюхно Ю.О. Вплив запуску біржі STAR MARKET на розвиток ринку IPO в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні	220
Степаненко А.С. Вплив міжнародних кредитно-фінансових організацій на економічний розвиток України	223
Федорова К.С. Вплив пандемії 2020 року на світовий ВВП і експорт	226
Білий А.Ю. Модифікація світового ринку праці під впливом міграції	229
Бойченко В.С. Дезінтеграційна криза ЄС	232
Демчук В.О. Механізми та інструменти попередження світових фінансових криз	235
Кізім А.В. Механізми, форми та регулювання торговельних відносин у системі міжнародної економічної дипломатії	238
Корінчук С.В. «Зелений» тренд структурних змін у світовій економіці	241
Красноружева К.С. Розвиток державно-приватного партнерства в країнах ЄС: досвід для України	244
Кукса Є.І. Вплив розвитку E7 та G7 на світову економіку	247
Кухарець С.Е. Блокчейн або технологія розподіленого реєстру як механізм економіки у XXI столітті	249
Миколайчук Т. Дезінтеграційні наслідки міграційної кризи в Європі	252
Нагісва Л.І. Інтелектуальні ресурси як основа економічного розвитку сучасного світу	255
Павленко І.В. Стратегії виходу компаній харчової промисловості України на міжнародні ринки	258
Прокопець Д.І. Становлення глобальної валютної системи	261
Василишин Р.Л. Бенчмаркінг міжнародної конкурентоспроможності економіки України в умовах нової нормальності	263
Власенко І.А. Китай у фокус-групі розвитку зовнішньоекономічного партнерства України	267
Захарченко О.А. Форсайт як інструмент прогнозування розвитку світових ринків	269

Зембицький О.Є. Інституційний компонент дезінтеграційних процесів в ЄС	272
Корольчук Т.-А.І. Глобалізація як умова трансформації глобальних ринків	275
Красюк С.О. Управління міжнародним боргом України: стратегії і регуляторні механізми	279
Мичак В.Д. Вплив іноземних інвестицій на економічне зростання України	282
Муравйова В.В. Чинники впливу трудової міграції на соціально-економічний розвиток країн	284
Пишна А.О. Концепція сталого розвитку та зеленої економіки в сучасному суспільстві	287
Піонт К.В. Конкурентні стратегії багатонаціональних компаній в сегменті електронних пристроїв	290
Рафальський В.Р. Інтелектуальна власність та інноваційний розвиток економіки	293
Румянцева А.Д. Вплив міжнародних міграційних процесів на функціонування ринку праці	296
Сердечна А.О. Масштаби і структура тіньової економіки у світі	299
Синяньський Г.О. Особливості механізмів регулювання міжнародного економічного співробітництва України та ФРН	302
Спінко М.О. Проблеми та процес входження України до Європейського Союзу	305
Трибко Д.В. Національні політики детінізації економіки у глобальних умовах	307
Федорова А.В. Європейський економічний вектор розвитку Росії	310
Федько В.Р. Міжнародна економічна діяльність у ХХІ столітті: механізми, форми, регулювання	314
Фернега Р.В. Регіональні асиметрії глобального економічного розвитку	317
Фомічов О.О. Механізми впливу глобалізації на трансформацію світової економіки	320
Щеголькова Л.К. Глобальна конкурентоспроможність країн скандинавського регіону	323
Тямушева В.М. Управління персоналом у міжнародних корпораціях	326
Царінная А.А. Деофшоризація української економіки	329
Чужик А.В. Сучасна конкурентна позиція компанії Соса-Сола на світовому ринку	332
Ярошенко Р.Ю. Міжнародна економічна діяльність Китаю у ХХІ столітті: масштаби та особливості розвитку	335
Ячменьова В.Д. Креативізація як вектор економічного розвитку України	338

Mammadova Narmin Agile Operation Model	340
Кобзєва А.Р. Глобальні інвестиційні стратегії ТНК: теоретичні засади та сучасні тенденції	342
Мосейчук А.Л. Сутнісна характеристика поняття «інвестиційний проект» через призму проектного менеджменту	346
Святина О.С. Торгівельно-економічне співробітництво України з Китаєм	349
Проценко В.А. Деякі аспекти діяльності ТНК в європейській економіці	352
Кравченко М.О. Сучасні тенденції розвитку світового ринку нафти	354
Славінський В.В. Специфіка кон'юнктурних коливань на світовому валютному ринку	358
Соколовська В.С. Перспективи розвитку торговельних відносин між ЄС та Україною	361
Линник А.С. Умови реалізації національних економічних інтересів України в системі СОТ	364
Юрків Р.М. Макроекономічні наслідки офшоризації бізнес-діяльності	367
Жовтий К.Є. Стратегії просування продукції PEPSICO в умовах споживчих преференцій, орієнтованих на здорове харчування на ринку України	371
Шульга Є.В. Місце офшорних зон у сукупності світових фінансових центрів	374
Шацька Д.О. Розвиток злиттів та поглинань в Україні	376
Оміновський М.С. Стратегічне партнерство у України з Канадою у реалізації її національних економічних інтересів	380
Грищук А.С. Податок на виведений капітал як інструмент протидії офшоризації економіки України	383
Давидюк А.В. Сучасні реалії торговельно-економічного співробітництва України і США	388
Дударенко Є.Ю. Аутсорсингові механізми корпоративних стратегій БНП	392
Шуляк В.А. Міжнародна торгівля України: аналіз стану та сучасні тенденції розвитку	396
Постол І.В. Глобалізаційні тренди розвитку венчурної індустрії	400
Булах О.В. Проблеми регулювання компаній фармацевтичної галузі	404
Корягіна К.С. Офшорні компанії в провідних бізнес– регіонах України	406
Jackson Emmanuel Екре Personnel Management Development In Pepsi Cola Company	410

Dakhmouche Fahd Abdelaziz	
Research on the Marketing Strategy in The Automotive Industry	412
Рудзина В.	
Глобальні трансформації світового фондового ринку	417
Faisal Mohamed	
The Main Components Of a Corporate Strategy	419
Кочубей К.В.	
Розвиток органічного сільського господарства в Швейцарії: досвід для України	422
Ліберацька Ю.А.	
Особливості туристичного сектору ЄС у період пандемії	425
Булюк І.В.	
Особливості торгівлі аграрними товарами між Україною та ЄС	428
Шаповал О.О.	
Зовнішня допомога ЄС Україні	430
Ветінчук М.В.	
Інструменти та механізми оптимізації зовнішньої заборгованості України	433
Буренко О.А.	
Вплив міжнародної міграції на соціально-економічний розвиток країн ЄС	435
Варнаков І.С.	
Банки як посередники на міжнародному фінансовому ринку	438
Василенко А.Д.	
Інвестиційне співробітництво України з країнами-членами ЄС	441
Герасименко М.В.	
Перспективи розвитку світового фінансового ринку 2020-2021	443
Онопрієнко Ю.Ю.	
Оптимізація управління платіжним балансом України	446
Петрина В.І.	
Тенденції розвитку фондового ринку в Україні	449
Майстренко А.В.	
Проблеми та напрями розвитку ринку авіаційних перевезень України	452
Анісімов В.С.	
Сучасний стан і тренди розвитку європейського ринку транспортних засобів	455
Грицик П.С.	
Сучасний стан венчурного бізнесу в ЄС	457
Діц Т.Б.	
Сучасний стан ринку венчурного капіталу в Україні	459
Наумович М.С.	
Сучасний стан і проблеми технологічного розвитку ЄС	462
Фостаченко О.О.	
Структурна оптимізація потоків іноземного капіталу в Україні	464
Журавльов В.М.	
Україна на європейському ринку товарів та послуг	466
Залізницька М.О.	
Диверсифікація ринку енергетичних ресурсів ЄС	469
Залізницька М.О.	
Диверсифікація ринку енергетичних ресурсів ЄС	471
Кучинська М.Л.	
Сталий розвиток міжнародного ринку харчових продуктів	474

Пчолкіна О.Ю.	
Розвиток зовнішньої торгівлі України та ЄС	476
Вороновський О.В.	
Трансформація глобального ринку автомобілів	478
Савченко Ю.В.	
Злиття та поглинання як інструмент конкурентоспроможності ТНК	481
Ярмоленко А.А.	
Кон'юнктуро-утворюючі фактори та їх вплив на світовий ринок харчових продуктів	484
Чараха Монтаньо Е.Д.	
Сучасний стан та проблеми розвитку туристичної галузі в Україні	487
Смець В.П.	
Проблемні аспекти розвитку інвестиційного співробітництва України з країнами ЄС в сучасних умовах та напрямки їх вирішення	489
Цвик Т.М.	
Проблеми та тенденції розвитку медіаринку України	492
Бабійчук А.В.	
Шляхи регулювання сучасної міжнародної трудової міграції	495
Лавренюк А.Д.	
Теоретичні основи сучасного арт-ринку	497
Панасицька О.	
Основні тренди міграційних процесів України-ЄС	499
Подольська Д.І.	
Глобальний вимір розвитку арт-бізнесу	503
Барна С.І.	
Креативні індустрії у сучасній системі міжнародних економічних відносин	505
Белашова М.Д.	
Моделі стратегічного вибору стратегії компанії	509
Плахотнюк Д.В.	
Оцінка бізнесу в умовах злиття і поглинання міжнародних компаній	511
Лавріненко В.С.	
Інвестиційна привабливість країн та міжнародних компаній	514

ПОЗИЦІЯ КИТАЮ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПРОМИСЛОВОЇ РОБОТОТЕХНІКИ

Китай займає провідне місце на світовій арені завдяки багатьом факторам: починаючи від політики реформування, закінчуючи глобальними стратегіями, які направлені на зміцнення позицій Китаю та розширення меж впливу Піднебесної на інші країни. Однією з ключових напрямків покращення рівня конкурентоспроможності та підвищення інноваційних можливостей країни є розвиток ринку промислової робототехніки, оскільки ключова мета робототехніки полягає у підвищенні продуктивності організації та досягненні кращих результатів.

Міжнародна федерація робототехніки надає таке визначення: «Робот – це робочий механізм, що програмується по декількох осях з деяким ступенем автономності та здатний пересуватися у межах певного середовища, виконуючи поставлені завдання» [1].

У даний час промислові роботи займають найбільшу частину світового ринку робототехніки. Основними виробниками є такі країни: Китай, Японія, Південна Корея, Сполучені Штати та Німеччина, на них припадає 75% світового попиту. При цьому Китай, Японія і Південна Корея – країни із закінченими виробничими ланцюжками, у той час як у США та Німеччині відсутні постачальники запчастин для деякої робототехніки [2].

Згідно зі статистичними даними Національного бюро статистики Китаю, глобальний ринок промислових роботів у 2019 році склав 18,9 млрд доларів США, при чому розмір ринку промислових роботів Китаю досяг 5,73 млрд дол. США [3]. Значний дохід ринку принесли компанії Dongfeng Motor Corporation – китайська автомобілебудівна компанія, одна з найбільших у Китаї; Siasun Robotics та Estun – місцеві виробники роботів [4].

Піднебесна продовжує швидко розвиватись у галузі робототехніки – наразі на неї припадає одна третина світових продажів промислових роботів. Варто зауважити, що країна зберігає свою позицію найбільшого у світі ринку промислових роботів сьомий рік поспіль. Китай продав 140 500 промислових роботів у 2019 році, що є нижчим показником, ніж у 2018 та 2017 роках, проте він майже удвічі перевищує показники п'ятирічної давності (2015 рік: 68500 одиниць); на другому місці знаходиться Японія, яка продала близько 49 900 промислових роботів, США у свою чергу посідає на третьому місці з показником – 33 300 одиниць робототехніки; найменше число проданих промислових роботів, з десятки найбільших ринків по продажам промислових роботів у 2019 році, припадає на Індію (4 300) та Мексику (4 600) [5], [6].

Хоча країна займає перше місце за продажами робототехніки, а масштаби індустрії промислової автоматизації у Китаї демонструють тенденцію до швидкого зростання, щільність роботів в країні, тобто кількість роботів на 10 000 чоловік, які використовуються в обробній промисловості, все ще нижче ніж у розвинених країнах Європи та Америки.

У звіті WorldRobotics 2020 зазначається, що щільність роботів у Китаї у 2019 році досягла 187 одиниць, що вище середньосвітового показника на 74 одиниці (113), проте набагато нижче ніж в таких країнах як Японія (364), Німеччина (346), Швеція (277), США (228) та інші, таким чином, Китай знаходиться на 16 позиції; світовими лідерами є Сінгапур (918) та Південна Корея (855) [7].

Особливо чітку тенденцію ми можемо бачити у періоді з 2015 по 2019 рік, коли продаж промислових роботів у Китаї зріс майже у два рази, що спричинено прагненням уряду Китаю підняти частку китайських роботів на світовому ринку до більш ніж 50% до 2020 року[6].

У майбутньому, країна планує займати одну другу частину світового ринку промислової робототехніки та завдяки впровадженню стратегії «Зроблено в Китаї – 2025» стати однією з провідних світових виробничих майданчиків, увійти в

середину світового рейтингу найбільших світових виробників, а також до 2049 року стати провідним світовим центром виробництва [8].

Таким чином, Китай докладає величезних зусиль для покращення своїх позицій на світовій арені та поступово зміцнює своє місце на ринку промислової робототехніки. Стрімке зростання позиції Китаю на ринку промислової робототехніки зумовлено низкою причин: широке застосування інноваційних технологій у виробництві робототехніки, які роблять роботів якіснішими, доступнішими та дешевшими; масштабна модернізація промисловості Китаю; глобальні інвестиції у сферу робототехніки.

Список літератури:

1. Highlights [Електронний ресурс] // IFR. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://ifr.org/>.
2. 5 основних напрямків розвитку робототехніки [Електронний ресурс] // Blog Imena.UA. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.imena.ua/blog/5-directions-of-development-of-robotics/>.
3. NationalBureauofStatistics. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.stats.gov.cn/>.
4. 2020, 中国机器人产业的新起点机器人行业深度报告 [Електронний ресурс] // Huataisecurities. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://crm.htsc.com.cn/doc/2020/10720102/09e0dc37-d0d2-479b-b9d3-3ca2a687504c.pdf>.
5. InternationalFederationofRobotics [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://ifr.org/ifr-press-releases/news/record-2.7-million-robots-work-in-factories-around-the-globe>
6. Robotssaleslikelytostagnatein 2019 [Електронний ресурс] // Drives&Controls. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://drivesncontrols.com/news/fullstory.php/aid/6133/Robots_sales_likely_to_stagnate_in_2019,_after_a_record_2018.html.
7. IFR PressConference 24th September 2020 Frankfurt [Електронний ресурс] // IFR. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://ifr.org/downloads/press2018/Presentation_WR_2020.pdf.
8. Кудаведет Китай стратегия «MadeinChina 2025»? [Електронний ресурс] // finghamota. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://finghamota.org/teoriya-finansov/ustrojstvo-ekonomiki/item/2911-kuda-vedet-kitaj-strategiya-made-in-china-2025>.

МЕРЕЖЕВІЗАЦІЯ ЯК ПРОВІДНИЙ ГЛОБАЛЬНИЙ ТРЕНД СВІТОГОСПОДАРСЬКОГО РОЗВИТКУ

У першій чверті ХХІ ст. процеси економічної глобалізації досягли свого найвищого рівня, диверсифікованих форм і рівнів, що набуває концентрованого вираження у посиленні взаємодії і конвергенції національних економік, поглибленні процесів регіональної економічної інтеграції, трансформаційних змінах міжнародних бізнес-операцій, фрагментації і мереживізації світового виробництва. Закономірним результатом системних і фундаментальних процесів мереживізації економічних процесів є транскордонне переміщення окремих ланок виробничих процесів у зарубіжні країни з нижчим рівнем виробничих витрат, посилення інтеграції країн і регіонів у сформовані на базі багатонаціональних підприємств глобальні вартісні ланцюги, поглиблення їх міжнародної спеціалізації, динамічний розвиток логістики й інформаційних технологій, значна динамізація переміщення товарів і комплектувальних з використанням сучасних засобів зв'язку та ін. Підтвердженням зазначених тенденцій є, зокрема, той факт, що якщо у 1975 р. не більше 12% проданого у США одягу припадало на імпорتنі поставки, то до 1984 р. американські магазини роздрібної торгівлі подвоїли даний показник, який становив у 1993 р. вже 48%. На сьогодні ж на маркетингові компанії, що інтегрують у своїй діяльності дизайн і маркетинг одягу та укладають контракти на його виробництво із закордонними і національними компаніями, припадає 20% загальних імпорتنих поставок у США, решта 20% припадає на американських виробників одягу. Аналогічна картина характерна і для компаній Західної Європи [2, с. 51].

Як свідчить міжнародний досвід, глобальні вартісні ланцюги започатковуються в основному «знизу» (тобто на мікроекономічному рівні) і зазвичай розвиваються незалежно від національних кордонів. Принагідно особливо відзначити, що диверсифіковані процеси економічної мікро- і

макроінтеграції суттєво мультиплікують процеси розбудови вартісних ланцюгів на регіональному рівні, котрі з часом мають усі перспективи трансформуватись у глобальні. Звернімо увагу на те, що участь тих чи інших країн у глобальних вартісних ланцюгах відбивають ступінь їх інтеграції у світогосподарську систему, структуру глобальної економіки і міжнародної торгівлі, а також їх конкурентні переваги у системі міжнародного поділу праці [4, с.71]. Про сучасний рівень загальнопланетарного поширення мережевих бізнес-структур свідчить, зокрема, той факт, що нині ними охоплено понад 80% світових торговельних потоків, що сконцентровані нині навколо трьох регіональних торговельних локалів – Східної Азії з центром у Китаї; Європи з центром у Німеччині; Північній Америці з центром у США [6, с. 67].

Реалізація економічними суб'єктами своїх конкурентних переваг на глобальних ринках вимагає обов'язкового врахування ними організаційно-економічної та технологічної специфіки функціонування секторів світового господарства і секторальних вартісних ланцюгів з комплексною оцінкою ресурсних можливостей опанування досягненнями четвертої промислової революції. Не випадково, багато держав світу в останні десятиліття пріоритезують у своїх національних економічних стратегіях політику експортної орієнтації та всебічної інтеграції у світогосподарську систему, що передбачають ефективне використання конкурентних переваг участі їх економічних суб'єктів у міжнародних мережах і глобальних вартісних ланцюгах.

Комплексне дослідження процесів мереживізації міжнародної бізнес-діяльності дає змогу виокремити два рівня організації мереж – внутрішньо-корпоративний і міжкорпоративний. Маємо зазначити, що мережеві бізнес-структури за своєю природою повною мірою відповідають організаційним структурам суб'єктів господарювання. Тобто мережевий характер організації мають ті компанії, фірми і підприємства, діяльність яких реалізується на основі сформованої системи контактів чи тісних взаємозв'язків між структурними

компонентами. Інакше кажучи, мережева структура може бути кваліфікована як специфічна форма організації фінансово-господарської діяльності міжнародних компаній, що базується на мережевій взаємодії усіх учасників способом об'єднання їх ресурсів і компетенцій, що забезпечує, з одного боку, підвищення їх гнучкості й адаптивності, а з другого – отримання ними додаткових прибутків і підвищення конкурентоспроможності на різних сегментах світового ринку [5, с. 53].

Як влучно зауважує Р. Патюрель, формування та розвиток мереживізації бізнес-діяльності є нічим іншим як методом стратегічного менеджменту компаній [3]. Тобто по суті мереживізація відбиває стратегічну відмову бізнес-організацій від жорсткої вертикально-ієрархічної моделі бюрократичної організації господарських операцій та їх перехід їх горизонтальної моделі, що супроводжується заміною адміністративних відносин контрактними [1]. Не випадково, розбудова мережевих структур у бізнес-діяльності об'єктивно вимагає впровадження відповідних трансформаційних змін у системі управління компаніями та організації їх господарської діяльності з урахуванням домінуючого рівня співробітництва структурних підрозділів бізнес-мереж.

Підбиваючи підсумок, відзначимо наступне: процеси мереживізації світової економіки фронтально охоплюють на сьогодні усі етапи глобального суспільного відтворення та докорінно трансформують структурні параметри і територіально-географічні виміри виробництва і міжнародної торгівлі, прямого іноземного інвестування і кредитування. Це детермінує якісно нові умови економічної діяльності багатонаціональних підприємств у глобальному конкурентному середовищі.

Список літератури:

1. Акулов В. Б., Рудаков М. Н. Теория организации: учебное пособие. Петрозаводск: ПетрГУ, 2002.

2. Кондратьев В. Глобальные цепочки стоимости в отраслях экономики: общее и особенное. *Мировая экономика и международные отношения*. 2019. Том 63. №1. С. 49-58.

3. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур. *Проблемы теории и практики управления*. 1997. №3. С. 76-81.

4. Сидорова Е. Россия в глобальных цепочках создания стоимости. *Мировая экономика и международные отношения*. 2018. Том 62. №9. С. 71-80.

5. Сущенко О. А., Буздаков Л. М. Розвиток управління мережевими формами взаємодії бізнес-структур. *Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр.* Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2011. № 3(39). С. 52-56.

6. Черкас Н. Концепції глобальних мереж та ланцюгів створення вартості. *Вісник КНТЕУ*. 2018. № 3. С. 60-70.

Дьоміна Л.А., (Masters)

DIGITAL MARKETING STRATEGY: THE CASE OF HIGH-FASHION RETAILERS ON INSTAGRAM

In recent years, the increasing popularity of social media has changed the way brands communicate with their customers and promote products to them. Since the digital marketing is becoming an integral part of the company's marketing strategies it is essential to study the ways to build a successful digital marketing strategy with the main focus on Instagram as a selling and promotional channel.

Foux[1, p.38–39] identified two trends in research on social media networks. One focused on the social media networks like Facebook, Twitter, and YouTube being considered as not only channels through which users communicate with each other, but also as powerful channels through which brands build their brand awareness and reputation. The other trend focuses on studying the effect of high quality branded content on social media networks on brand financial performance and consequently purchase intention of customers[2, p.53].

Richter and Koch [3] defined social media as online platforms and applications created to establish communication, collaboration and sharing of content among users. In the past six years, the number of Instagram monthly active users have grown 10 times from 130 million active users in June 2013 to more than 1 billion active users in December 2019 [4]. Instagram is currently the second most engaged social network after

Facebook, representing a substantial opportunity for brands to establish their presence on Instagram and communicate with their target audience segments.

Both managers and academics are interested in studying social media users representing the Millennial generation. According to Prensky[5, p.1-6], millennials are classified as digital natives and the first generation having access to the digital environment for their lifetime. Bolton, Parasuraman, Hoefnagels, Migchels, Kabadayi, Gruber,Solnet[6, p. 245–267] further underlines the importance of studying the millennials as their behavior can be used as a predictor of how new generations will act in the future.

The main focus of our research is on the digital marketing strategy importance and on the best practices in digital marketing for high-fashion retailers. If previous studies mostly focused on YouTube, Twitter and Facebook, this study will specifically focus on Instagram as there are no empirical studies analyzing this social media network as a part of the organization digital marketing strategy.

People follow brands on Instagram for several reasons: interest in the products produced by the brand, high-quality content posted on the Instagram page and the desire to learn more about the brand history [7, p.104–110]. According to Carlson, Rahman, Voola, and De Vries[8,p.83–94], content quality is the customers' assessment of the accuracy, completeness, trustworthiness, and relevance of the information posted on the brands' social media networks. Content quality determines online customer behaviour and their desire to establish relationships with the brand which further leads to purchase intention.

Company choose of a social media network to promote the brand is mainly based on the usage rate of this social media by the target age group. Before 2019 Instagram was a photo and video sharing platform rarely used by the businesses as a marketing and selling platform. However, in the early 2019 Instagram introduced fully functional business accounts, while Facebook already had a presence as a platform for business since 2007. Even though the Facebook first to offer businesses a marketing and selling

platform, Instagram has more than 1 billion active users monthly and generates a two times higher engagement rate than Facebook. According to Dabbous and Barakat[2] Instagram shows better performance as a selling and marketing platform for users aged under 30, while Facebook attracts an older audience.

Reference list

1. Foux, G., 2006. Consumer-generated media: get your customers involved. *Brand Strategy* 8, [38–39].
2. Dabbous, A., & Barakat, K., 2020. Bridging the online offline gap: Assessing the impact of brands' social network content quality on brand awareness and purchase intention. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, p. 53.
3. Richter A, Koch M. Social software — status quo und Zukunft. *Technischer Bericht*, Nr. 2007–01, Fakultät für Informatik. Universität der Bundeswehr München; 2007.
4. Mohsin, M. [2020]. 10 Instagram Statistics Everyone Should Know in 2020 [Infographic]. Retrieved 20 January 2020, from <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know>
5. Prensky, M., 2001. Digital natives, digital immigrants. *Horizon* 9, p. 1–6.
6. Bolton, R.N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Solnet, D., 2013. Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *J. Serv. Manag.* 24 [3], p. 245–267.
7. Martín-Consuegra, D., Díaz, E., Gomez, M., Molina, A., 2019. Examining consumer luxury brand-related behavior intentions in a social media context: the moderating role of hedonic and utilitarian motivations. *Physiol. Behav.* 200, p.104–110.
8. Carlson, J., Rahman, M., Voola, R., De Vries, N., 2018. Customer engagement behaviors in social media: capturing innovation opportunities. *J. Serv. Mark.* 32 [1], p.83–94.

Зінюк А.В. (магістрант)

ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПОСЛУГ ЛІД-МЕНЕДЖЕРІВ

На сьогоднішній день український ІТ - ринок стрімко розвивається, створюючи 4% ВВП країни. Україна має потенціал для економічного зростання. Але швидке і динамічне зростання відбудеться, перш за все, не за рахунок виплавки металу або агробізнесу, а завдяки інформаційним технологіям. Оскільки це є самостійною галуззю, що швидко розвивається, проникає в інші галузі та стає

рушієм їх зростання. Водночас безпосередньо послуги лід-менеджерів користуються попитом, що постійно зростає. Проте, задля коригування стратегії такого розвитку та забезпечення ефективності лід-менеджменту взагалі необхідним є вивчення загальної парадигми розвитку українського ринку послуг лід-менеджерів, що й виступає загальною метою даного дослідження.

Ринок послуг лід-менеджерів складається з трьох сегментів: апаратного забезпечення лід-менеджменту, програмного забезпечення лід-менеджменту та безпосередньо послуг [2].

На міжнародній арені Україна також стає глобальним та визнаним гравцем. Наприклад, британська асоціація глобальних джерел (GSA) назвала Україну найкращою країною в 2017 році для надання аутсорсингових послуг. У той же час ми переживаємо більш сильну конкуренцію ресурсами, талантами, технологіями та новими ідеями, як на внутрішньому, так і на глобальному рівні. Тому пріоритетом для України залишається розвиток потенціалу країни, формування позитивного іміджу галузі в країні та за кордоном, а також залучення нових клієнтів та нових бізнес-вертикалей в сфері лід-менеджменту [4].

На сьогодні у сфері інформаційних технологій акцент у маркетингу полягає не в управлінні брендом або PR, як це було раніше, а в лід-менеджменті. Лід-менеджері вже вважаються синонімом спеціаліста з SEO, директора, контент-маркетолога, маркетолога електронної пошти, менеджера з маркетингу SMM, аналітика, PR-менеджера та бренд-менеджера. Безперечно, сучасний лід-менеджер повинен дійсно вміти компетентно працювати з усім набором маркетингових інструментів.

Найважливішу роль у лід-менеджменті відіграє грамотна розробка стратегії, визначення рентабельності інвестицій у маркетинг та вдосконалення цього показника. Крім того, важливим компонентом є аналіз ринку та конкурентів, пошук нових каналів зв'язку, генерація ідей та повна звітність.

Послуги лід-менеджерів орієнтовані на полегшення пошуку бізнесу його

потенційними клієнтами та відрізняються трьома ключовими компонентами: контент-маркетинг, оптимізація пошукових систем (SEO) та маркетинг у соціальних мережах (SMM).

Якісні послуги лід-менеджерів дозволяють компаніям отримувати конкурентні переваги, розширювати список можливостей і підвищувати ефективність діяльності. Це впливає не тільки на досягнення головної мети будь-якої комерційної організації - отримання прибутку, а й на зростання рівня добробуту населення і розвитку країни в цілому. Набутий з роками досвід дозволяє фахівцям з лід-менеджменту ефективно використовувати нові інструменти маркетингу та застосовувати старі методики при необхідності.

За останні роки розвиток нових технологій, інструментів і їх використання людьми досяг тієї точки, коли використання лід-менеджменту стає доцільним з практичної точки зору.

Лід-менеджмент виступає ефективним інструментом реалізації стратегій мережевих компаній, які орієнтовані на задоволення потреб клієнтів шляхом здійснення мультимедійних продажів [1].

В результаті проведеного дослідження пропонується для забезпечення сталого розвитку ринку послуг лід-менеджерів запровадити практику використання потенціалу бази клієнтів за допомогою пошукових систем, клієнтського трафіку та існуючих соціальних мереж, а також прями звернення з офіційного сайту та його мобільної версії, поштової розсилки.

Крім того в роботі лід-менеджерів підґрунтям повинна виступати клієнтоорієнтована стратегія, а її реалізація, безперечно, потребує не тільки можливості обговорення ціннісної пропозиції магазину і клієнтських відгуків на неї, але і включення у стандарти обслуговування вимоги швидкої реакції персоналу на повідомлення у соціальних мережах. Така реакція надає можливість лід-менеджерам відчувати, як певну компанію сприймає обраний сегмент ринку і оперативно реагувати на виклики репутації [3].

Список літератури:

1. Андреева И. Лидогенерация. Маркетинг, который продает / И. Андреева. – Спб. : Питер, 2015. – 240 с.
2. Ефремов А. Эффективное привлечение клиентов: лидогенерация за 6 шагов / А. Ефремов // Коммерческий директор. – 2015. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kom-dir.ru/article/244-effektivnoe-privlechenie-klientov>
3. Краснокутська Н. С. Лідогенерація як інструмент формування клієнтоорієнтованих стратегій мережевих підприємств / Н. С. Краснокутська, Р. С. Тихонченко // Бізнес Інформ. – 2015. – № 11. – С. 428-433.
4. Перекосова Д. Українські онлайн-покупці стали активніше купувати через соціальні мережі / Д. Перекосова, Є. Єгорова // Прес-реліз GfkUkraine. – К. : GfkUkraine, 2015. – С. 1–2.

Сергач Ю.І. (магістрант)

ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ З МЕТОЮ РОЗШИРЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ У СЕКТОРІ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ

Інвестиції у відновлювану енергетику сприяють розвитку держави одночасно у декількох вимірах. З економічної точки зору, зростає рівень ВВП та знижується його енергоємність, з соціальної – підвищується рівень доходів населення та кількість робочих місць, з екологічної – знижується антропогенний вплив на навколишнє середовище та обсяг споживання ресурсів, з політичної – знижується рівень залежності від зарубіжних постачальників енергоносіїв [1].

Станом на 2020 рік основними засобами стимулювання інвестицій у сектор відновлюваної енергетики були «зелений» тариф та звільнення від сплати ПДВ щодо обладнання, проте в цьому ж році набули чинності закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України» та закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення конкурентних умов виробництва електричної енергії з альтернативних джерел енергії», відповідно до яких скасовується звільнення від сплати ПДВ щодо обладнання для відновлюваної енергетики та відбувається перехід на нову аукціонну систему стимулювання відновлюваної електроенергетики [2, 3].

Для збільшення інвестиційної привабливості сектору відновлюваної енергетики необхідно мінімізувати бар'єри на ринку, а саме: недосконалість законодавчої бази; монополізація ринку енергетики; складнощі у реєстрації об'єкту відновлюваної енергетики; складнощі у отриманні доступу до мереж; складнощі у погодженні документації, бюрократія в галузі тощо.

Також для стимулювання розвитку сектору відновлюваної енергетики необхідно встановити обмеження щодо створення об'єктів традиційної енергетики, а саме:

1. Якщо існує можливість на певному об'єкті використовувати відновлювані джерела енергії, заборонити ремонт та будівництво нових об'єктів традиційної енергетики;

2. Заборонити проєктування та будівництво нових, а також реконструкцію наявних котелень у бюджетній сфері та житлово-комунальному господарстві для роботи на природному газі в разі наявності в регіоні достатньої кількості біомаси й інших альтернативних місцевих видів палива;

3. Стимулювати використання відновлюваної енергії та відходів у теплопостачанні та комбінованому виробництві теплової й електричної енергії [4].

Одним із найбільш цікавих з точки зору підвищення інвестиційної привабливості сектору відновлюваної енергетики є досвід Швеції. Загалом за рік шведи спалюють 7 млн тонн відходів, четверту частину яких беруть від інших країн. У результаті вироблена енергія із сміття дозволяє щорічно забезпечити теплом 1,25 млн родин, а електроенергією - 680 тис. домогосподарств [5].

Також цікавим з точки зору стимулювання розвитку ВДЕ та збільшення інвестиційної привабливості сектору є досвід США. Сполучені Штати Америки – один зі світових лідерів серед країн, що розвивають виробництво електроенергії з відновлювальних джерел. При цьому, попри значні успіхи у розвитку ВДЕ, в США не існує єдиної системи підтримки сектору. Причина цього полягає в особливостях політичної та законодавчої системи США. Значна частина

регуляторної політики в країні знаходиться в руках регіональної влади, в тому числі питання виробництва електричної енергії. Як наслідок, на національному (федеральному) рівні та на рівні того чи іншого штату діють взаємодоповнюючі механізми підтримки «зеленої» енергетики [6].

Обсяги внутрішніх інвестиційних ресурсів в нашій державі обмежені та не дозволяють повністю вирішити завдання структурної перебудови енергетичної сфери. Отже, умовою виконання довгострокових планів із розвитку відновлюваної енергетики та декарбонізації держави є залучення іноземних інвестицій для реалізації відповідних проєктів. Розробка повноцінної оновленої програми залучення.

Список літератури:

1. Маркевич К. Енергоінвестиції: відутеплення до вітряків [Електронний ресурс] / К. Маркевич // Офіційний сайт українського центру економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://razumkov.org.ua/statti/energoinvestytsii-vid-uteplennia-do-vitriakiv>.

2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо вдосконалення адміністрування податків, усунення технічних та логічних неузгодженостей у податковому законодавстві» [Електронний ресурс] // Законодавство України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/466-20#Text>.

3. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення конкурентних умов виробництва електричної енергії з альтернативних джерел енергії» [Електронний ресурс] // Законодавство України. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2712-19#Text>.

4. Кузьміна М. ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ ОБ'ЄКТІВ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ / М. Кузьміна. // Підприємництво, господарство і право. – 2018. – №12. – С. 115–118.

5. Україна переймає досвід Швеції щодо генерації енергії із сміття 20 10 2019 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державного агентства з енергоефективності та енергозбереження України. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.sae.gov.ua/uk/news/3182>.

6. Підтримка виробництва «зеленої» електроенергії – досвід США [Електронний ресурс] // Офіційний сайт державного підприємства "Гарантований покупець". – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gpee.com.ua/main/news?id=351>.

ДІЯЛЬНІСТЬ ІНОЗЕМНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ

Сучасний розвиток банківської системи України вимагає гнучкого та активного регулювання та нагляду, що пов'язано як з макроекономічною турбулентністю банківської системи України, так і з існуванням високої частки банків з іноземним та державним капіталом, що створює додаткові системні банківські ризики для національної фінансово-банківської стабільності.

Більшість науковців [1-3] вказує, що іноземний капітал в банківській системі країни виконує як регулюючу функцію, так і може призвести до окремих загроз та ризиків фінансової керованості, банківської безпеки та концентрації за окремими країнами.

Частка іноземного капіталу банківській системі України за 2016-2020 рр. наведена на рис. 1 і демонструє стабільний вихід іноземного капіталу з банківської системи України з 2017 року.

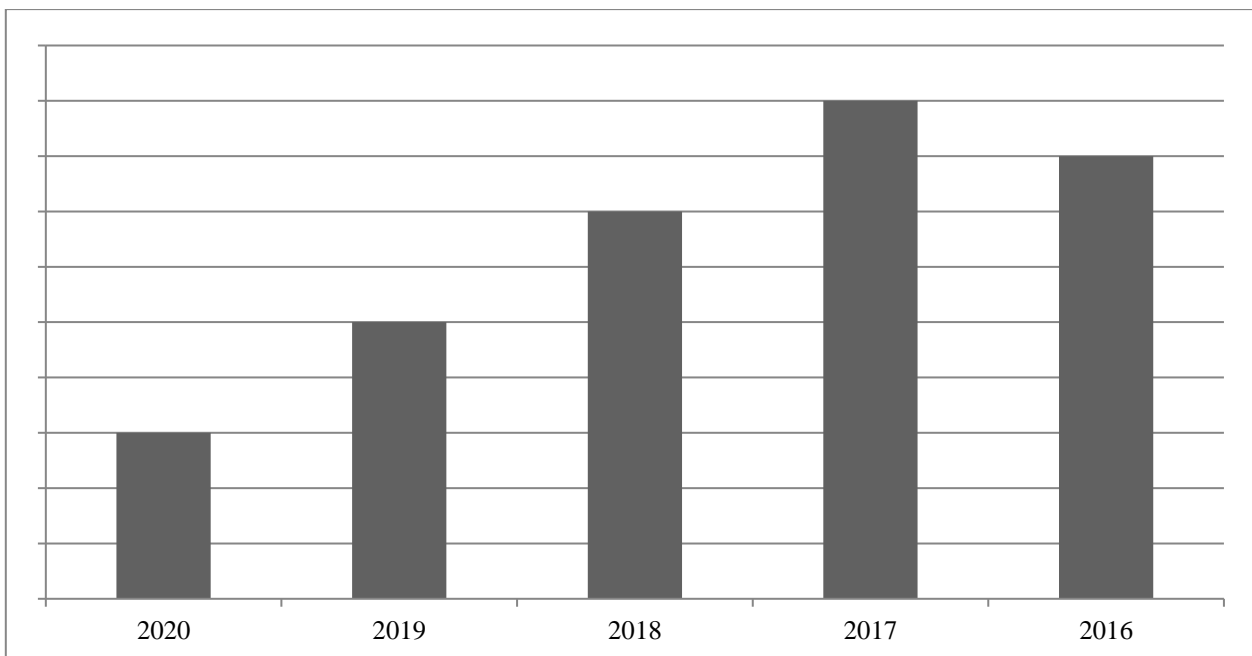


Рис. 1. Частка іноземного капіталу банківській системі України, % [4]

Станом на кінець 3 кварталу 2020 року в Україні діяло 74 банки, при цьому 33 з них мали іноземний капітал, а 22 з них мали 100% іноземного статутного капіталу, а в динаміці з початку 2020 року частка іноземного капіталу в банківській системі України впала на 2% до рівня 33%, що вказує на відносно низьку частку іноземного капіталу в банківських активах системи в 2020 році (рис. 1) [4]. Загалом з 2016 року частка іноземного капіталу скорочувалася в банківській системі України, що може бути негативним сигналом для інвесторів.

Станом на 2020 рік в іноземних банках в Україні показник чистого операційного прибутку до активів банків цієї категорії складав 52%, що вказує на ефективну політику управління активами та пасивами в іноземних банках [4].

Факторами успіху банківського іноземного капіталу в банківській системі України є їх достатня капіталізація, ефективне управління прибутковістю, стабільне фондування та висока ліквідність.

Ризиками стратегічного входження іноземного капіталу на банківський ринок України є:

- динамічні і непередбачувані зміни в банківському регулюванні;
- слабкий інвестиційний клімат в Україні;
- нерозвиненість системи захисту інтересів іноземних інвесторів через судову систему;
- падіння платоспроможного попиту цільових сегментів банківських клієнтів;
- макроекономічна турбулентність (висока інфляція, різкі зміни валютного курсу, державний дефіцит бюджету).

Всі ці ризики значно скорочують привабливість українського ринку для нового іноземного капіталу. В той же час процентна маржа за банківськими операціями (депозитами та кредитами) досить значно стимулює банки до активної діяльності та використання агресивних форм і методів банківського маркетингу.

Отже, для оптимізації системи діяльності іноземних банків в Україні актуальним є наближення європейського законодавства та практик регулювання

ринку для НБУ. В той же час можливим напрямком активізації іноземної присутності капіталу на банківському ринку України за рахунок продажу найбільших державних банків (Приватбанку та Ощадбанку).

Список літератури:

1. Андрейків Т. Я. Вплив діяльності банків іноземних банківських груп на функціонування банківської системи України [Електронний ресурс] / Т. Я. Андрейків, І. Р. Чуй // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. - 2018. - Вип. 55. - С. 71-76. –
2. Жигало І. І. Структурний аналіз функціонування банків іноземних банківських груп в Україні [Електронний ресурс] / І. І. Жигало // Інтелект ХХІ. - 2019. - № 6(2). - С. 67-72.
3. Марценюк-Розарьонова О. В. Аналіз тенденцій функціонування іноземних банків на національному ринку банківських послуг України [Електронний ресурс] / О. В. Марценюк-Розарьонова, О. О. Кошульнікова // Інвестиції: практика та досвід. - 2018. - № 21. - С. 114-117.
4. Офіційний сайт НБУ // <https://bank.gov.ua/>

Гілберт А.В. (магістрант)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ У СВІТІ

Світова енергетична криза 70-х років ХХ століття стала поштовхом для активних науково-технічних розробок у сфері нетрадиційних відновлюваних джерел енергії (ВДЕ). Для переважної більшості країн вагомим мотивом для розвитку ВДЕ є забезпечення своєї енергетичної безпеки. Особливо це стосується тих країн, які мають залежність від імпорту традиційних енергоресурсів. Ще більш привабливою і необхідною альтернативну енергетику роблять такі негативні явища і процеси, як Чорнобильська катастрофа, аварія на японській АЕС «Фукусіма-1», мінлива політична ситуація на Близькому Сході, нестабільність цін на нафту, проблеми у зміні клімату, а саме забруднення повітря і зникнення лісів.

До нетрадиційних відносяться постійно або періодично існуючі у навколишньому середовищі відновлювані джерела енергії (ВДЕ), які застосовують

практично невичерпну енергію Сонця, вітру, біомаси, теплоту Землі; енергію річок, морів та океанів.

У 1990 році за допомогою ВДЕ було вироблено 6.77% загального обсягу енергії у світі, а у 2019 році - 11.41%, що більше на 69% [1]. Починаючи із 1990 року, середньорічний темп зростання відновлюваних джерел енергії становив 2%. Зростання було особливо помітним для сонячної фотоелектричної та вітрової енергетики, середньорічні показники становили відповідно 36.5% та 23%. Згідно прогнозу консалтингової компанії Bloomberg New Energy Finance, у 2050 році майже 50% електроенергії буде постачатись завдяки використанню енергії вітру та Сонця – сонячна енергетика збільшить свою частку до 22% світового виробництва електроенергії, а вітрова – до 26% [2].

Якщо у 1990 році за допомогою енергії Сонця було вироблено 0.39 ТВт-год, то у 2019 році - у 1857 разів більше, 724.09 ТВт-год. Частка сонячної енергії із всієї енергії, яку отримують у світі, зросла за цей проміжок часу з 0% до 1%. У розрізі загальної кількості енергії, яку отримують із ВДЕ, частка сонячної енергії зросла з 0% у 2000 році до 8.5% у 2018 році. Встановлена потужність об'єктів сонячної енергії у період із 2000 по 2019 рік зросла у 470 разів, і складає 578 553 МВт [3]. У період із 2005 по 2019 рік сумарні інвестиції у сонячну енергетику склали 1 660.6 млрд. дол. США; до 2050 року очікується надходження ще 4.2 трлн. дол. США. Найбішими країнами-виробниками сонячної енергії у 2018 році були Китай, США, Японія, ФРН, Індія, Італія, Великобританія. Протягом останнього десятиліття спостерігається суттєве зниження витрат на фотоелектричні технології. Так, з 2010 року витрати на сонячні модулі знизились на 89%, і до 2030 року також очікується зменшення витрат на 34%. Завдяки цьому вартість середньостатистичної фотоелектричної установки знизиться на 63% до 2050 року і буде становити близько 25 доларів за МВт-год.

Генерація вітряної енергії зросла у 394 рази з 1990 року, і станом на 2019 рік складає 1429.62 ТВт-год. За цей проміжок часу частка вітряної енергії у загальній

генерації енергії світу зросла з 0% до 2%. Якщо говорити про частку енергії вітру у генерації енергії у розрізі ВДЕ, то вона зросла з 1.1% у 2000 році до 19.1% у 2018 році. Встановлена потужність об'єктів вітроенергетики у період із 2000 по 2019 рік зросла у 37 разів і наразі складає 622 408 МВт. У період із 2005 по 2019 рік вітрова енергетика отримала інвестиції у розмірі 1 372.7 млрд. дол. США, і, за прогнозами, до 2050 року буде залучено ще 5.3 трлн. дол. США на розвиток цього сектору ВДЕ. Найбішими країнами-виробниками вітряної енергії у 2018 році були Китай, США, ФРН, Великобританія, Індія, Іспанія, Бразилія, Канада та Франція. З 2010 року витрати на вітрові турбіни знизились на 40%, тоді як ефективність самої вітрової електростанції постійно зростає, а використання нових технологій допомагає оптимізувати ефективність роботи та зменшити витрати. На ринок виходять нові моделі турбін, які можливо встановити на таких територіях, які раніше розробниками вважались непридатними.

Отже, саме відновлювана енергетика демонструє найбільш динамічний розвиток серед інших енергетичних технологій в світі. Стрімкими темпами зростає потужність та генерація енергії сонячних та вітряних ВДЕ, залучуються інвестиції у розвиток нових технологій та впровадження інновацій у цих секторах, зменшується вартість витрат на електростанції даних джерел енергії. Окрім того, такі якості, як безкоштовність, автономність, безпечність та невичерпність на тлі зростаючого попиту на електроенергію роблять ВДЕ перспективним напрямком розвитку енергетики у світі. Згідно прогнозів, до 2032 року у світі стане більше вітряної та сонячної енергії, ніж електроенергії, джерелом якої є вугілля, і вона буде більш дешевою, ніж утримання теплових та газових електростанцій.

Список літератури:

1. How much of our primary energy comes from renewables? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ourworldindata.org/renewable-energy>
2. New Energy Outlook 2019. Executive Summary – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bnf.turtl.co/story/neo2019/page/1?teaser=true>
3. Renewable Energy Statistics, The International Renewable Energy Agency – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.irena.org/Statistics>

ЦИФРОВИЙ АУТСОРСИНГ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

В сучасних умовах без процесу діджиталізації, або ж активного впровадження цифрових інновацій, не можна уявити ефективного розвитку та створення умов для ведення бізнесу. Звернення до цифрових платформ є зваженим рішенням як для малого так і великого бізнесу, адже в умовах глобалізації швидкий доступ до ресурсів по всьому світу грає чи не основну роль.

Варто зазначити, що з точки зору локального та іноземного бізнесу, цифровий аутсорсинг, як один із інструментів експорту власних інтелектуальних послуг, має низку об'єктивних переваг.

1. Збільшення частки доходу серед малого та середнього бізнесу. Для невеликих фірм, які конкурують в певних чітко обмежених сегментах ринку на рівні регіонів і ринків що розвиваються, звернення до мережевих платформ може бути вкрай ефективним кроком. Незначні сегменти і ринки можуть здаватися відносно невеликими, однак подібного роду мережеві платформи можуть допомогти виробникам залучити більше клієнтів і добитися ефекту масштабування і отримання доходу.

2. Надання сприятливого інноваційного клімату для малого та середнього бізнесу. Коли ж глобальні цифрові платформи виступають у ролі роботодавця для локального аутсорсингу, перші несуть користь, надаючи відповідну інфраструктуру, на базі якої плідно розвиваються інновації та цифрові підприємства, тим самим слугуючи конструктивними елементами для місцевого підприємництва і дозволяючи реалізувати їх потенціал.

3. Підвищення загального рівня працевлаштування. Зростання роботи на цифровому ринку праці може сприяти гнучкості роботи і розширення можливостей працевлаштування не тільки серед аутсорс-команд, а й серед окремих фріланс-спеціалістів (freelance — працюючий поза штатом), що мають відповідний фах, але працюють в якості особи-підприємця.

4. Низький бар'єр входу у галузь, та висока конкуренція. Сьогодні в деяких країнах що розвиваються вже існують певні політики і практики, що сприяють зростанню послуг, пов'язаних з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, і соціально відповідального аутсорсингу, щоб забезпечити робочі місця і надати громадянам можливість навчання, в якості потенційного першого кроку до участі в цифрову економіку. Висока ж конкуренція на ринку та значна пропозиція серед фахових підприємств тільки підвищують середню якість роботи.

Таким чином, можна побачити, що цифровий аутсорсинг сьогодні — це не тільки телефонні центри підтримки користувачів, а й висококонкурентне, розвинене ІТ-community, що має певні переваги для обох сторін у вигляді низьких податків, недосконалого міжнародного врегулювання та одночасно великого попиту та пропозиції.

Окрім цих факторів, зважене розподілення ресурсів та пошук ефективних операційних заощаджень за допомогою аутсорсинга сьогодні — є невід'ємними задачами менеджменту ТНК. Окрім беззаперечних переваг для розвитку капіталістичних складових в рамках індивідуального та нерегульованого розвитку ІТ-галузі, існують певні занепокоєння щодо розвитку аутсорсингу:

1. Збільшення інноваційного та економічного розриву між країнами.
2. Неконтрольоване переміщення даних через кордони (відтік інтелектуальної власності).
3. Зменшення контролю держави на громадянина.
4. Нестача фахівців на вітчизняних глобально неконкурентних підприємствах.

Тож, уважне дослідження цього питання має велику цінність для розуміння та впровадження подальшої інноваційної стратегії як на державному, так і на SMB рівні.

Список літератури:

1. UNCTAD annual report: Digital platforms and creating value in global economy. – Geneva, 1.05.2020

2. International and global marketing: concepts and cases / [edited by] Tailor W. Meloan, John L. Graham. – 2nd ed. Irwin / McGraw-Hill, USA, 1998. – 116 с.
3. Global Location Trends, Annual Report" October 2010. IBM Global Services, Somers NY
4. Global Trends in Outsourcing and their Impact — S. Hollensen / 2004. – 201 с.
5. Kotler P., Armstrong G. Principles of marketing, Tenth edition. Pearson education Ltd – Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ 07458, USA, 2004.
6. Сучасна парадигма міжнародного маркетингу : Автореф: 08.05.01 / Т. М. Циганкова; Київ.

Базилюк Р. С. (магістрант)

ВПЛИВ COVID-19 НА МІЖНАРОДНУ ТОРГІВЛЮ

На сьогоднішній день, під час глобальної пандемії, пов'язаної з COVID-19, зменшуються обсяги світової торгівлі, впроваджуються торговельні обмеження та змінюються торговельні політики країн. Саме тому доцільно визначити вплив пандемії на світову торгівлю, розглянути можливі сценарії розвитку даної ситуації та рекомендації щодо зменшення спаду економіки.

В процесі написання тез було використано системний підхід у визначенні впливу пандемії та аналізі сценаріїв розвитку світової торгівлі. Методологічною основою дослідження стали публікації міжнародних організацій таких як СОТ, ОЕСР та національного інституту стратегічних досліджень.

Економічний шок пандемії COVID-19 неминує викликає порівняння зі світовою фінансовою кризою 2008-2009 років. Ці кризи схожі в певних аспектах, але дуже різні в інших. Як і в 2008-2009 роках, уряди втрутились у грошово-кредитну та фіскальну політику для протидії спаду та надання тимчасової підтримки доходів бізнесу та домогосподарствам. Але обмеження руху та соціальне дистанціювання, означають, що пропозиція робочої сили, транспорт та подорожі зазнають безпосереднього впливу. Були закриті цілі сектори національних економік, включаючи готелі, ресторани, роздрібну торгівлю, туризм та значні частки виробництва [1]. Багатьма країнами були застосовані

безпрецедентні заходи, зокрема, запровадження надзвичайного стану або санітарно-епідеміологічних заходів, встановлення обмежень виїзду / в'їзду до країн та пересування всередині країн та різке скорочення економічної активності внаслідок карантинних заходів [4].

Важливими двома аспектами, що відрізняють поточну ситуацію від фінансової кризи 2008-2009 рр., є роль ланцюжків створення вартості та торгівля послугами. Порушення ланцюга вартості вже створило проблеми, коли негативний вплив коронавірусу здебільшого обмежувався Китаєм. Він залишається важливим фактором зараз, коли хвороба набула більшого поширення. Торгівля, швидше за все, знизиться в галузях, що характеризуються складними зв'язками ланцюга вартості, особливо в сфері виробництва електронних приладів та автомобілебудівній промисловості [2].

Однак було б помилкою думати, що нинішня епідеміологічна ситуація призвела лише до хвилі торгових обмежень. Картина набагато складніша. Фактично, низка держав нещодавно скасували або призупинили певний контроль за торгівлею. Наприклад, Аргентина призупинила дії своїх антидемпінгових мит на імпорт певних медичних товарів з Китаю, тоді як Канада тимчасово скасувала тарифи на певні категорії товарів, якщо вони імпортуються державними установами охорони здоров'я, лікарнями та тестувальними пунктами.

Світова організація торгівлі (СОТ) розглянула два сценарії впливу пандемії коронавірусу на розвиток світової торгівлі. Було визначено загальні обсяги скорочення світової торгівлі відповідно до відносно оптимістичного та песимістичного сценаріїв та встановлено сектори, які зазнають найбільшого скорочення. Проте, варто зазначити, що за обох сценаріїв очікується зростання обсягів світової торгівлі у 2021 р[1]. Таким чином: 1) відповідно до песимістичного сценарію, за підсумками 2020 р. світова торгівля скоротиться на 31,9 %, а за оптимістичним скоротиться на 12,9%; 2) майже всі регіони зазнають двозначного зниження обсягів торгівлі за підсумками 2020 р, при цьому експорт з

Північної Америки та Азії зазнає найбільшого скорочення; 3) значне скорочення обсягів світової торгівлі послугами відбудеться через обмеження в сфері транспорту та подорожей; 4) за обох сценаріїв у 2021 р. очікується зростання світової торгівлі, обсяги якого будуть залежати від тривалості пандемії та ефективності відповідей держав на неї; 5) у разі реалізації відносно оптимістичного сценарію, за підсумками 2021 р. очікується перевищення обсягів світової торгівлі 2019 р. та повернення на траєкторію розвитку світової торгівлі відповідно до тенденцій 2011-2018 рр. [1].

На думку ОЕСР у складній та невизначеній ситуації міжнародна торгівля необхідна для порятунку життя та засобів існування. Таким чином рекомендує країнами вжити наступних заходів для зменшення спаду економіки: 1) покращення прозорості. Оскільки прозора інформаційна база має вирішальне значення для забезпечення обґрунтованих реакцій національної політики та міжнародного співробітництва для підтримання потоку торгівлі. 2) Важливим пріоритетом є підтримка відкритості та функціонування ключових ланцюжків поставок основних товарів у кризовий період, включаючи медичні матеріали, продовольчі товари, а також товари та послуги інформаційно-комунікаційних технологій. А отже, уникати обмежень на експорт основних товарів, таких як медичне обладнання та, харчові продукти [3].

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна прийти до висновку, що пандемія коронавірусу негативно вплинула на міжнародну торгівлю та торгівельну політику країн, оскільки країни вживають протекціоністські заходи стосовно експорту, міграції та фінансових потоків з країни.

Проте, у 2021 році відповідно до прогнозів СОТ очікується поживлення світової торгівлі, включаючи песимістичний сценарій. На мою думку це пов'язано з адаптацією країн та компанії до світових тенденцій торгівлі. Для досягнення цієї мети необхідно виконувати рекомендації міжнародних організацій, особливості

що стосуються відкритості інформації та функціонування торгівлі товарами, необхідними для життя та здоров'я людей.

Список літератури:

1. Trade set to plunge as COVID-19 pandemic upends global economy [Електронний ресурс] // WTO. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://www.wto.org/english/news_e/pres20_e/pr855_e.htm.

2. Щодо впливу пандемії коронавірусу на світову торгівлю. // Національний інститут стратегічних досліджень. – 2020. – С. 2.

3. COVID-19 and international trade: Issues and actions [Електронний ресурс] // OECD. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-and-international-trade-issues-and-actions-494da2fa/>.

4. Супрунова І. Детінізація економіки в контексті подолання кризових явищ, зумовлених пандемією COVID-19 / І.В. Супрунова. // Економіка, управління та адміністрування. – 2020. – №3. – С. 83

5. Gruszczynski L. The COVID-19 Pandemic and International Trade: Temporary Turbulence or Paradigm Shift? / Lukasz Gruszczynski. // Cambridge. European Journal of Risk Regulation. – 2020. – №11. – С. 339.

Бондар В.М. (магістрантка)

ФОРМИ ТА ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСУ ОБЛАДНАННЯ НА ЦІЛЬОВИХ ЗАКОРДОННИХ РИНКАХ

Бізнес у міжнародному масштабі постійно розвивається і динамічно змінюється під впливом конкуренції та процесів глобалізації. Функціонування ринків продукції знаходиться під величезним впливом систем сервісу виробників, так як вони дозволяють досягати власних цілей не стільки за рахунок збільшення реалізації продукції, скільки завдяки підвищенню якості та ефективності її використання споживачами.

Проблема організації сервісу обладнання досліджувалась такими науковцями, як: В.В. Березняцький, Н.І. Ведмідь, Л. В. Іржавська, О. А. Ковальчук, Я. М. Лагута, О. А. Спориш та інших. Проте, віддаючи належне теоретичній та практичній цінності попередніх наукових здобутків щодо організації сервісу обладнання на цільових закордонних ринках, існує досить багато невирішених питань.

До актуальних на сьогодні послуг відносять таку групу послуг як сервіс обладнання. В цьому контексті В.В. Березняцький стверджує, що, під поняттям «сервіс» необхідно розуміти транслітерацію французького слова «servis», тобто обслуговування людини [1, с. 9]. Л.Т. Гораль, В.І. Шийко, М.Л. Бакай під терміном «сервіс» розуміють надання послуг із забезпечення ефективної діяльності виробничого процесу на комерційній основі для забезпечення іміджу, що може розглядатися як супровідна послуга при продажу продукції [3, с. 31]. А Ведмідь Н.І. під сервісом розуміє діяльність, пов'язану з виробництвом послуги з метою продажу (товару чи послуги), спрямовану на задоволення потреб споживачів та налагодження довготривалих взаємовідносин [2, с. 50].

Найбільш поширеним є визначення сервісу як роботи з надання послуг, тобто задоволення потреб, а О.А. Спориш, Л.В. Іржавська розширили визначення та зазначили, що сервіс – це система забезпечення, що дозволяє покупцеві вибрати для себе оптимальний варіант придбання і вжитку виробу, а також економічно вигідно експлуатувати його протягом обумовленого терміну, продиктованого інтересами споживача [6, с. 152]. Я.М. Лагута, О.А. Ковальчук під організацією сервісу розуміють досить складний комплекс технічних, маркетингових і комерційних елементів, що залежать від специфіки продукції, ступеня розвитку ринку, гостроти конкуренції та інших ринкових чинників [4, с. 132].

За часовими параметрами сервіс поділяється на передпродажний і післяпродажний, а останній - на гарантійний і післягарантійний. Передпродажний сервіс пов'язаний із підготовкою виробу для представлення потенційному або реальному покупцю, а післяпродажний сервіс поділяється на гарантійний і післягарантійний.

Сервіс у гарантійний період охоплює прийняті на гарантійний період види відповідальності, які залежать від продукції, укладеного договору і політики конкурентів. Він поєднує: розконсервацію у присутності споживача, монтаж і пуск, перевірку і налагоджування, навчання робітників правильної експлуатації,

навчання фахівців із підтримуючого сервісу, спостереження виробу в експлуатації, здійснення належного технічного обслуговування, здійснення ремонту, постачання запасних частин [5, с. 101].

У випадку сервісу у післягарантійний період потрібно виконувати такі умови: спостерігати за виробом в експлуатації; забезпечити постачання запасних частин; за необхідності забезпечити проведення ремонту; надавати різноманітну технічну допомогу; зобов'язати фахівців із сервісу провести повторні курси для клієнтів [5, с. 102].

До принципів організації сервісу обладнання відносять: обов'язковість пропозиції, необов'язковість використання, еластичність, зручність, технічна адекватність, інформаційна віддача, гарантована відповідність виробництва сервісу, розумна цінова політика в сфері сервісу.

До основних особливостей середовища формування системи сервісного обслуговування на закордонних ринках належать: специфіка організації виробництва послуг, специфіка процесу надання послуг, висока динамічність ринкових процесів, територіальна сегментація, локальний характер, висока швидкість обороту капіталу, висока чутливість до змін ринкової кон'юнктури, високий ступінь диференціації послуг, невизначеність результату діяльності з надання послуг [4, с. 133]. Підсумовуючи, можна стверджувати, що високоякісний сервіс підвищує конкурентоспроможність товару і попит на пропоновані вироби.

Список літератури:

1. Березняцький В. В. Щодо етимології та тлумачення термінів «сервіс», «автосервіс», «обслуговування». *Вісник Національного транспортного університету*. 2010. № 21(2). С. 9-10
2. Ведмідь Н.І. Термінологічні підходи до визначення категорії «сервіс» та його роль в економіці країн. *Економіка та управління підприємствами*. 2012. №3-4. С. 49-52.
3. Гораль Л. Т. Евентологія понять «обслуговування» та «сервіс». *Економічний аналіз : зб. наук. Праць*. 2016. Том 23. № 2. – С. 27-36
4. Лагута Я. М. Удосконалення системи обслуговування споживачів підприємства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2015. № 4. С. 130-138.

5. Сахно Є. Ю. Менеджмент сервісу: теорія та практика: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 328 с.

6. Споріш О. А. Роль сервісного обслуговування в торгівельній діяльності. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки.* 2012. Вип. 3. С. 151-155

Гарбар А.Ю. (магістрант)

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ОБМІНУ ТЕХНОЛОГІЯМИ У МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ У ХХІ СТОЛІТТІ

Міжнародний технологічний обмін — це сукупність економічних відносин між іноземними контрагентами з приводу використання результатів технічної діяльності, що мають наукову й практичну цінність. Виокремлюють некомерційні та комерційні способи передачі технологій (табл. 1).

Таблиця 1

Способи некомерційної передачі технологій	надання науково-технічної інформації, тобто поширення відомостей про технології через літературні джерела, патенти, інформаційні листи, стандарти тощо;
	проведення виставок, ярмарків, конференцій, симпозіумів
	стажування спеціалістів
	спільні фундаментальні науково-технічні розробки
Способи комерційної передачі технологій	власне передачу технології
	спільну розробку і використання технології
	промислове кооперування та спільне підприємництво

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Некомерційні способи, як правило, передують комерційним способам передачі технології.

Міжнародна передача технології є результатом впровадження науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. На їх виконання передові промислово розвинені країни витрачають значні кошти, зосереджуючи у себе результати передових наукових досліджень. Країни, які не мають змоги витратити кошти на НДДКР, вимушені купувати їх результати для підвищення свого економічного потенціалу.

Міжнародна передача технології може здійснюватись у таких формах:

- патентна угода – міжнародна торгова операція, за якою власник патенту поступається правами на використання винаходу покупцеві;
- ліцензійна угода – міжнародна торгова операція, за якою власник винаходу дає іншій стороні дозвіл на його використання в певних межах;
- ноу-хау – передача технічного досвіду і секретів виробництва, використання яких забезпечує переваги в досягненні його кінцевої мети;
- угода на інжиніринг – це угода на інженерно-консультаційні послуги покупцю для реалізації технічного проекту. Вони охоплюють широкий комплекс заходів з підготовки техніко-економічного обґрунтування проектів, проведення науково-дослідних робіт, здійснення консультацій, нагляду, випробовування тощо;
- франчайзинг – це надання великою "батьківською" фірмою права дрібній фірмі проводити протягом певного періоду свою діяльність під її опікою. [1]

Особливості сучасного міжнародного обміну технологіями наступні [3]:

1. Світовий ринок технологій сприяє інтелектуалізації міжнародної економіки в цілому.
2. Головними суб'єктами ринку технологій на міжнародному рівні є ТНК, які забезпечують спільне використання результатів НДДКР материнськими й дочірніми компаніями.
3. Найбільші ТНК зосереджують дослідження у своїх руках, що сприяє монополізації міжнародного ринку технологій.
4. Стратегія поведінки ТНК на світовому ринку технологій стосовно незалежних суб'єктів (країн та фірм) визначається життєвим циклом технології:

I етап — перевага надається продажу готової продукції, в якій реалізуються нові ідеї;

II етап — технологічний обмін супроводжується або здійснюється у формі прямих іноземних інвестицій (ПІІ);

III етап — чисте ліцензування, тобто придбання прав власності на технологію, її використання.

5. Провідну роль відіграє внутрішньофірмовий міжнародний обмін технологіями.

6. Технологічний розрив, що існує між різними групами країн, обумовлює багатоступінчасту структуру світового ринку технологій:

а) високі технології (унікальні та прогресивні) є об'єктами обміну між розвинутими країнами;

б) низькі (морально застарілі) і середні (традиційні) технології розвинутих країн є новими для країн, що розвиваються, та країн з перехідною економікою. [2]

Провідну роль на світовому ринку технологій відіграють розвинуті країни: Великобританія, Німеччина, США, Франція й Японія, які контролюють понад 60% цього ринку. [5]

Список літератури:

1. В.В. Козик, Л.А. Панкова, Н.Б. Даниленко. Міжнародні економічні відносини, 2003. – с. 285-290. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-book-110.html>

2. К.С. Солонінко. Міжнародна економіка, 2008. – С. 213-222. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-book-146.html>

3. Н.П. Мешко. Основні тенденції розвитку міжнародної торгівлі технологіями, 2012. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=980>

4. Belderbos R, Van Roy V, Duvivier F. International and domestic technology transfers and productivity growth: firm level evidence. Ind Corp Change, 2013. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1093/icc/dts012>

5. Takakuwa S, Veza I. Technology transfer and world competitiveness, 2013. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2014.02.211>

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Будь-яка діяльність тим чи іншим чином пов'язана з виникненням певних ризиків. Визначення ризиків, які потенційно можуть виникнути в рамках господарської діяльності, стало важливим етапом в прийнятті доцільних управлінських рішень в компанії та запорукою успішної діяльності на локальному та міжнародному ринках.

Науковці та міжнародні організації дають безліч визначень поняття «ризик менеджмент». Так, згідно ISO 31000:2018 Risk management – Guidelines, ризик менеджмент – це взаємопов'язаний набір методів і процедур, що використовуються для управління організацією та контролю ризиків, які можуть вплинути на досягнення організацією поставлених цілей [1].

Згідно зі стандартом AS/NZS Standard 4360:1999 процес ризик-менеджменту – це систематичне використання наявних у розпорядженні менеджерів методів, способів та прийомів для вирішення певних завдань, що стосуються ризиків: встановлення контексту, аналізу (виявлення ризику та його оцінка), впливу, моніторингу і комунікації [2].

Найбільш поширеним в науковій спільноті можна вважати визначення ризик-менеджменту як системи управління ризиком та фінансовими відносинами, які виникають у процесі управління організацією [3].

KPMG – міжнародна компанія, що пропонує професійні послуги на світовому ринку та входить у Велику Четвірку аудиторських компаній. *KPMG* являє собою мережу компаній.

KPMG пропонує послуги за трьома основними напрямками, а саме: аудит, податкові та юридичні послуги та консалтингові послуги для різних секторів економіки [4].

На компанію *KPMG*, що надає аудиторські, консультаційні та юридичні послуги, впливають як зовнішні, так і внутрішні ризики. Серед зовнішніх ризиків

доцільно виділити економічні фактори, регуляторні ризики, зміну споживчої поведінки, виникнення нових конкурентів тощо. До внутрішніх належать стратегічні, фінансові ризики, ризики, пов'язані з маркетингом та продажами, плануванням та звітністю, управлінням персоналом, шахрайством, порушенням конфіденційності, тощо. Оцінка та керування цими ризиками є важливим драйвером розвитку та стабільної економічної діяльності *KPMG*.

За процедуру ризик менеджменту в *KPMG* відповідає окремий підрозділ «Контроль якості та управління ризиками». Цей підрозділ складається з фахівців, що мають широкий спектр обов'язків, включаючи перевірку та затвердження клієнтів на основі оцінки потенційних ризиків та шляхів управління ними, розробку відповідних політик та проведення тренінгів для співробітників, допомагають співробітникам у питаннях ризик менеджменту тощо [5].

У процес ризик менеджменту тим чи іншим чином залучені всі співробітники *KPMG*. На рівні компанії, відділ контролю якості та ризик менеджменту підпорядковується регіональному партнеру цього відділу, який в свою чергу підпорядковується глобальному партнеру відділу контролю якості та ризик менеджменту. Глобальний партнер відділу контролю якості та ризик менеджменту входить до глобальної управлінської команди *KPMG* [6].

Для вдосконалення системи ризик менеджменту КПМГ наразі є доцільним:

- 1) проводити тренінги для співробітників з початку їх працевлаштування в компанії;
- 2) інтегрувати всі технологічні системи (CRM, CEAC, DAS тощо), що використовуються в рамках процедури ризик менеджменту в єдину систему, що дозволить забезпечити поетапність реалізації процедури та акумулювати інформацію з всіх систем;
- 3) налаштувати інтерфейс технологічних систем під запити працівників, що активно долучаються до процедури ризик менеджменту.

KPMG має велику довіру на ринках багатьох країн світу, як компанія, що надає якісні послуги та допомагає бізнесам у вирішенні важливих питань, пов'язаних з їх активністю. Тому ризик менеджмент в компанії виступає важливим елементом захисту компанії від потенційних ризиків, що можуть мати негативні наслідки для бізнес діяльності *KPMG* та є певним знаком якості, що доводить, що компанія використовує виключно сучасні підходи в контексті визначення стратегічних цілей для подальшого розвитку.

Список літератури:

1. ISO 31000:2018 Risk management –Guidelines [Електронний ресурс] // iSO. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:31000:ed-2:v1:en>.
2. AS/NZS Standard 4360:1999 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.epsonet.eu/mediapool/72/723588/data/2017/AS_NZS_4360-1999_Risk_management.pdf.
3. Куликова Е. А. Риск-менеджмент [Електронний ресурс] / Е. А. Куликова // УрГУПС. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://docplayer.ru/26266699-E-a-kulikova-risk-menedzhment.html>.
4. KPMG Global official website: Who we are [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://home.kpmg/xx/en/home/about/who-we-are.html>.
5. KPMG Transparency Report — Supplementary Report [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2016/12/international-supplementary-report-2016.pdf>.
6. KPMG Governance and leadership [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kpmg.com.br/relatoriodesustentabilidade2013/en/client-and-engagement-acceptance-and-continuity.html>.

Данилік М.Р. (магістрант)

НАПРЯМКИ КОМУНІКАТИВНОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

У сучасних дослідженнях під поняттям «комунікація» розуміють процес обміну інформацією, що має смислове значення, між двома або більше людьми[1]. Ефективна комунікація передбачає наявність комунікативної компетентності, яка

проявляється в здатності встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми, а саме: досягати взаєморозуміння, чіткого уявлення про ситуацію і предмет спілкування.

При класифікації виділяють кілька видів комунікації [2]:

1. За типом. Вербальні, або мовні, характеризуються тембром голосу, інтонацією, швидкістю, гучністю, культурою мови. Невербальні, або німі, проявляються в пластиці руху, жестикуляції, позі рук, ніг, міміці та ін.

2. По виду. До первинних відносять: мову, жестикуляцію; імітацію, суспільну поведінку в процесі включення в образ життя суспільства. Вторинні форми спрямовані на досягнення цілей первинних комунікацій: мовні перетворення (рекламні слогани); символізм (товарні знаки); фізичні умови для здійснення комунікативного акту (реклама в місцях продажів).

3. За формою взаємодії з реципієнтом. Канали особистої комунікації - пряме спілкування двох або більше суб'єктів, звернення продавця до аудиторії, особисті зустрічі і виступи, особисте листування, бесіди по телефону, спілкування з аудиторією по телебаченню і радіо. Вони дозволяють здійснювати зворотний зв'язок і надають можливість для особистого спілкування, наприклад, керівника з підлеглим.

Канали неособистої комунікації включають медіа-засоби (друковані засоби, засоби мовлення, електронні засоби і засоби зовнішньої реклами), атмосферу (спеціально оформлене середовище, що спонукає споживача до придбання товару) і заходи (сукупність дій, що сприяють передачі звернень контактної аудиторії). Це засоби поширення інформації без особистого контакту і зворотного зв'язку. До них відносяться засоби масової інформації і засоби виборчого впливу.

4. В залежності від середовища взаємодії комунікації прийнято ділити на зовнішні і внутрішні. Зовнішні комунікації протікають між організацією і її зовнішнім середовищем. До них можна віднести комунікації: зі споживачами,

громадськістю, підприємцями та державними структурами. Внутрішні комунікації розвиваються в середовищі самої фірми[3, с.16].

За критерієм зовнішні і внутрішні можна виділити внутрішньо фірмові (корпоративні), маркетингові та діалогові комунікації. Залежно від того, що знаходиться в центрі уваги - сама компанія, її товари і послуги або особисті контакти, - створення комунікації вимагає використання різних підходів і інструментів.

5. За рівнем детермінованості - цілеспрямовані та випадкові комунікації. Цілеспрямовані або навмисні комунікації - це передача інформації, знань для вирішення поставленої мети. Випадкові або непередбачувані комунікації виступають у вигляді перешкод. Поєднання цілеспрямованих і випадкових комунікацій визначає відцентровий маркетинг.

6. За спрямованістю комунікації можна класифікувати на горизонтальні, вертикальні, діагональні - в залежності від рівня, статусу учасників, соціальної ієрархії. Горизонтальні комунікації - це комунікації між особами одного (або схожого) статусу чи рівня в соціальній ієрархії. Вертикальними називають комунікації між людьми, що стоять на різних щаблях ієрархії - наприклад, між керівником компанії і її менеджером. Діагональною є комунікація учасників різних рівнів управління, які не належать до однієї вертикалі управління або ієрархії[3, с. 113].

7. За рівнем стабільності. Комунікації можуть бути поточними, тобто практично постійно здійснюваними за звичайним графіком, періодичними (рівновіддаленими, або що здійснюються відповідно до деякого плану) або носити епізодичний характер.

8. За суттю - формальні і неформальні. Формальні комунікації відрізняються від неформальних їх письмовим, протокольним і/або договірним документуванням, регламентацією за допомогою затверджених інструкцій (договором, статутом, етикетом) форм.

9. За просторово-масштабним критерієм комунікації можуть бути локальними (місцевими), регіональними, національними, світовими.

10. Залежно від кінцевої мети впливу на комуніканта маркетингові комунікації можуть бути розділені на два види:

- комунікації, пов'язані з розробкою, створенням, вдосконаленням товару і його ринковою поведінкою, в основному націлений на забезпечення ефективної взаємодії всіх суб'єктів маркетингової системи, метою якого є створення товару, який користується попитом;

- комунікації, пов'язані з просуванням товару в залежності від фази його життєвого циклу, орієнтований в першу чергу на просування наявних у розпорядженні фірми товарів або послуг або тих, що вже знаходяться на ринку. У цьому випадку метою є переконання потенційних покупців у придбанні товару, в скоєнні першої угоди або нагадування вже існуючим покупцям стосовно здійснення вторинних, регулярних покупок.

Отже, в умовах жорсткої конкуренції кожне підприємство повинно активно боротися за найбільш вигідні умови свого функціонування. Для того щоб досягти бажаного рівня і зберегти його на довгостроковий період, фірмі, що функціонує на міжнародному ринку, необхідно цілеспрямовано формувати високий рівень організаційної культури, спрямований на розвиток міжнародних бізнес-комунікацій.

Список літератури:

1. Синяєва І.М. Маркетинг в малому бізнесі: навч. посібник для вузів. - М.: ЮНИТИ, 2009.
2. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник. – К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. – 328 с.
3. Співак В.А. Сучасні бізнес-комунікації. - СПб .: Пітер, 2002.

БРЕНДИНГ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

Сьогодні в умовах високої конкуренції питання брендингу як інструменту підвищення рівня конкурентоспроможності є особливо актуальним. Брендинг допомагає міжнародним компаніям визначити їх індивідуальність та переваги, налаштувати комунікацію з цільовими закордонними споживачами, що у подальшому створює необхідну впізнаваність та лояльність. Фірми інвестують у брендинг задля збільшення попиту на їх продукцію та підвищення готовності споживачів платити за цю продукцію. Брендкування має можливість впливати на поведінку споживачів, а отже, і на результати діяльності міжнародних компаній.

Етимологія терміну «бренд» визначає його походження від скандинавського виразу, що означає «ставити клеймо». З давніх часів брендом називали лише продукт високої якості. Заклеймований(брендовий) продукт виділявся серед конкурентів і мав свою індивідуальність, а брендовий товар завжди мав вищу ціну, ніж його невідомі аналоги: брендинг забезпечує продукту додаткову цінність.

У теперішньому трактуванні термін «брендинг» означає системний процес, що передбачає планування та реалізацію заходів щодо створення торгової марки, після чого перетворення марки на бренд з метою формування асоціацій та очікуваних переваг у свідомості споживача. [1]

Сучасний брендинг дає змогу компаніям, в тому числі міжнародним: підтримувати планові обсяги продажів на ринку; створювати та зберігати образ та ідентифікацію товару у свідомості споживача; збільшувати прибутковість шляхом розширення асортименту бренду (колективний образ створює новим товарам загальні унікальні якості); використовувати національні, культурні та ментальні особливості цільових споживачів для створення ефективної рекламної стратегії; [2] отримувати додатковий прибуток шляхом встановлення преміальної ціни, адже лояльні покупці завжди готові заплатити за бренд більш високу ціну.

Брендинг має тісний зв'язок з прибутковістю та вартістю міжнародних компаній. Топ-10 світових брендів світу на 2015, 2019 рр. (табл. 1):

Таблиця 1

Топ-10 брендів світу за вартістю (2015/2019 рр) [3], [4]

Топ-10 брендів світу за вартістю, 2015 р:			
Рейтинг	Назва Компанії	Галузь	Вартість бренду, млн. доларів
1.	Apple	Технології	246,992
2.	Google	Технології	173,652
3.	Microsoft	Технології	115,500
4.	IBM	Технології	93,987
5.	Visa	Платіжні операції	91,962
6.	AT&T	Телекому-нікації	89,492
7.	Verizon	Телекому-нікації	86,009
8.	CocaCola	Напої	83,841
9.	McDonald's	Фастфуд	81,162
10.	Marlboro	Тютюновий бізнес	80,352

Топ-10 брендів світу за вартістю, 2019 р:			
Рейтинг	Назва Компанії	Галузь	Вартість бренду, млн. доларів
1.	Amazon	Роздрібна торгівля	315,505
2.	Apple	Технології	309,527
3.	Google	Технології	309,000
4.	Microsoft	Технології	251,244
5.	Visa	Платіжні операції	177,918
6.	Facebook	Технології	158,968
7.	Alibaba Group	Роздрібна торгівля	131,246
8.	Tencent	Технології	130,862
9.	McDonald's	Фастфуд	130,368
10.	AT&T	Телекому-нікації	108,375

Інформація про продукт, торговельну марку, що відображається брендом, має великий вплив на вибір споживача і стимулює його поведінку. Важливо сформувати емоційне ставлення споживачів до бренду та сильний позитивний зв'язок. Завданням міжнародних маркетингових комунікацій є донесення інформації, яку містить в себе бренд в усному чи письмовому вигляді за допомогою використання символів чи інших інструментів. Налагодження зв'язку із зарубіжним споживачем важливо для його інформування, переконання та нагадування про продукт.

Ключовими етапами комунікації у процесах брендингу міжнародної компанії: визначення головної ідеї та сутності бренду, що буде застосовуватись в усіх його повідомленнях на світовому ринку; визначення параметрів позиціонування бренду; використання у всіх повідомленнях ознак (символіки, характеристики, атрибутів)

бренду, що ідентифікують бренд перед споживачами; організація повідомлень, щоб кожне наступне уточнювало і доповнювало попередні і таким чином створювало цілісне сприйняття зарубіжним споживачем бренду. [3]

Отже, сьогодні брендинг є одним з найважливіших факторів росту міжнародних компаній. Він гарантує просування продукту не лише у межах національних кордонів, а й на світовому ринку. Вдалий брендинг може стати інструментом підвищення конкурентоспроможності міжнародних компаній та створення для їхнього продукту впізнаваності та широкого попиту.

Список літератури:

[1]. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://sites.google.com/site/brendingsocult/branding_in_business_activities

[2]. «ДНК» бренду як система збереження, відтворення і передачі інформації до споживача / О. Малинка // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 1. – С. 34–38.

[3]. Top 100 Valuable Global Brands, KANTAR. – 2019. - С. 33. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.brandz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2019_WPP.pdf.

[4]. Top 100 Valuable Global Brands, KANTAR. – 2015. - С. 23. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.rankingthebrands.com/PDF/BrandZ%20Global%20Top100%202015,%20Millward%20Brown.pdf>

[5]. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент: [навч. посіб.] / О.Л. Шевченко. – К.: КНЕУ, 2010. – 395 с.

Жидкова К.І. (магістрант)

SMM-МАРКЕТИНГ У РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ

Персональний бренд - це все те, що відбувається від особистого імені: тон голосу, репутація, маніфест, різноманітні символи, які використовує особа, і багато іншого - що відділяє її від натовпу. Особистий бренд - це те, що робить людину унікальною - це те, що гарантує, що вона завжди буде цінною та впливовою, незалежно від того, скільки інших персон чи компаній будуть намагатися скопіювати її ідеї, погляди чи товари.

Термін "особистий бренд" вперше впроваджений в 1997 році Томом Петерсом, який зазначив, що незалежно від того, в якій галузі ми працюємо або де ми живемо, ми всі є керівниками власного бренду, і це означає, що ми повинні продавати себе настільки ж енергійно, як і будь-який товар чи послуга [1].

Зрештою, особистий брендинг - це не лише продаж або самореалізація. Це найкращий спосіб переконатися, що люди навколо сприймають певну людину такою, якою вона хочете бути. Багато людей досі вважають особистий брендинг формою самореклами. Однак правда полягає в тому, що розвиток особистого бренду полягає в контролі над власною репутацією.

SMM (Social Media Marketing) - це маркетинг у соціальних мережах, форма Інтернет-маркетингу, яка використовує веб-сайти соціальних мереж як інструмент просування. Метою SMM є створення контенту, завдяки якому компанії або персональні бренди можуть ділитися своїми думками, поглядами, планами зі своєю цільовою аудиторією та збільшувати охоплення.

SMM реалізується шляхом створення якісного контенту, яким користувачі соціальних мереж діляться зі своїми друзями (шляхом передачі інформації в електронній формі). Сенс SMM полягає в отриманні прямого зворотного зв'язку з користувачами (або потенційними клієнтами), щоб компанія або окрема персона одночасно отримувала реакцію та відгуки на свою діяльність[2].

Маркетинг у соціальних мережах надає компаніям та окремим особам спосіб залучити нових клієнтів, взаємодіяти з існуючою аудиторією та просувати їх бажану культуру, місію. Також відомий як "цифровий маркетинг" чи "електронний маркетинг", маркетинг у соціальних мережах має спеціально створені інструменти аналізу даних, які дозволяють маркетологам відстежувати, наскільки успішні їхні зусилля[3].

Отже, особисте брендування - це процес управління та оптимізації способу представлення окремої людини іншим[4]. А соціальні медіа - це один із інструментів до управління персональним брендом в Інтернеті.

Соціальні мережі та створення контенту становлять основу особистої стратегії персонального брендингу. Перш ніж задіяти SMM для розвитку індивідуального бренду необхідно знайти унікальні особисті характеристики, завдяки яким персона буде відрізнятися. Специфічність та особливість - це складові для успішного просування особистого бренду.

Список літератури:

1. Пітерс Т. “Бренд вас покликав” [Електронний ресурс] / Том Пітерс. – 1997. – Режим доступу до ресурсу: <https://personalimpact.ca/wp-content/uploads/2015/08/thebrandcalledyou.pdf>.
2. Маргарет Р. Social Media Marketing (SMM) [Електронний ресурс] / Роус Маргарет – Режим доступу до ресурсу: <https://www.popwebdesign.net/what-is-smm.html>.
3. Lee K. The 5 Keys to Building a Social Media Strategy for Your Personal Brand [Електронний ресурс] / Kevan Lee. – 15.01.2015 – Режим доступу до ресурсу: <https://buffer.com/resources/social-media-strategy-personal-branding-tips/>.
4. Garrett C. How to Boost Your Personal Brand With Social Media [Електронний ресурс] / Chris Garrett. – 21.04.2018 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.socialmediaexaminer.com/boost-personal-brand/>.

Забродська О.Є. (магістрант)

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДИНАМІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Інтернет-маркетинг – це комплекс дій, спрямованих на просування, рекламу і продаж товарів чи послуг за допомогою технологій мережі Інтернет [1, с. 11].

На сьогоднішній день зовнішня реклама втратила сенс, натомість інструменти інтернет-маркетингу є потужними та затребуваними.

Діяльність в on-line на даний час є більш ефективною. Дослідження досвіду е-commerce-сайтів показує, що на залучення повторних клієнтів не потрібно витратити додаткові рекламні кошти, їм легше продавати свої продукти. Такі покупці можуть приносити постійний дохід.

Криза у зв'язку з пандемією переконала підприємців використовувати інтернет для прискорення, здешевлення та якісного здійснення маркетингових

процесів, просування товарів та послуг на зовнішніх ринках. «Інтернет-маркетинг – це комплекс спеціальних методів, які дають змогу власникам web-ресурсів просунути свій сайт в Інтернеті і розкрутити торгову марку свого підприємства, та за допомогою цього здобути додатковий дохід. [2, с.14].

Використання інтернет-комерції протягом 2020 року досягло рівня, який очікувався лише через 5 років [3]. Внаслідок пандемії люди проводять велику кількість часу за мобільними телефонами, комп'ютерами, ноутбуками,. Поведінка покупців стрімко змінилась. Онлайн-покупки за час пандемії по всьому світу збільшилися майже на 1200%, а використання мобільних додатків – майже на 300% [3].

Деякі світові компанії, які займаються комунікаційними технологіями та електронною комерцією, з початку року поліпшили свій економічний стан.

Так, якщо у грудні 2019 року кількість активних користувачів Zoom складала 10 мільйонів, то в першій половині 2020р. вона збільшилась до 200 мільйонів [4].

За словами генерального директора Zoom Ерика Юаня, популярність Zoom значно зросла завдяки використанню сервісу бізнесом, школами, політичними організаціями та величезною кількістю людей, які змушені залишатися вдома і працювати on-line.

Для проведення онлайн-занять послугами Zoom користуються більше 90 тисяч учбових закладів у 20 країнах світу. Акції Zoom у 2020 році зросли від 36 доларів США до 145 доларів США за акцію [4].

Непередбачуваний бум у бізнесі зазнала компанія Amazon (інтернет-продажі), коли в період пандемії її клієнти (кількість яких продовжує зростати у рази) змушені сидіти вдома та придбати товари через інтернет. Акції компанії подорожчали на 5,3% та у квітні 2020 року встановили рекорд – 2283 доларів США за акцію [4].

За 10 місяців 2020 року українці замовили товарів із AliExpress на 70% більше у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Україна зайняла друге місце за темпами зростання на маркетплейсі [5].

Під час кризи багато українців захоплюються хендмейдом та проводять маркетингові дослідження з використанням інтернету для виходу на зовнішні ринки. Багато з них організують магазинчик на відомій торговій площадці Etsy. Це займає небагато часу, але потребує від хендмейдер-підприємця розробки бізнес-стратегії та знання англійської мови для спілкування з іноземними покупцями. На цій інтернет-площадці працюють біля 2 мільйонів магазинів, але з них мають успіх тільки 10 % [6].

Найближчим часом основними тенденціями, які будуть домінувати в сфері інтернет-маркетингу, будуть перехід у мобільний трафік на комерційних сайтах. Реклама в відеоформаті продовжує домінувати. Значна частина всього інтернет-трафіку належить відео. Це означає, що інтернет-маркетологи повинні переглянути свою контентну політику з метою збільшення частини відео. Відео допомагає значній більшості клієнтів приймати рішення про покупку. Facebook і YouTube вже давно активно пропонують рекламу в відеоформаті своїм клієнтам та дозволяють охопити велику кількість аудиторії.

Сучасна економіка набула глобального характеру і потребує існування глобальної мережі інтернету, на базі якої створюється інтернет-маркетинг. Інтернет-маркетинг в умовах глобалізації економіки має значний потенціал і потребує розвитку та подальшого втілення.

Отже, застосування інтернет-маркетингових технологій допомагає міжнародному бізнесу динамізувати комунікації, розширити зв'язки, проте цілковито не вирішує проблеми, спотворені пандемією та кризою, зокрема:

- **Відносини B2B** (business to business) – бізнес для бізнесу використовують онлайн-майданчики й інтерактивні бази даних. У багатьох підприємствах всього світу у зв'язку з введенням карантинних обмежень простоюють робочі місця, скорочуються обсяги виробництва та поставок товарів і послуг.

- **Відносини B2C** (business to consumer) – бізнес для споживачів – спостерігаються проблеми переміщення товару між кордонами країн через неможливість скористатися доставкою.

- **Значні економічні втрати у сферах міжнародного бізнесу** (туристичній, готельно-ресторанній, тощо).

Список літератури:

1. Швиденко О.М. Особливості застосування Інтернет-маркетингу в сільському господарстві США / О.М. Швиденко // Агроінком. – 2013. – № 4 – 6. – С. 11.
2. Холмогоров В. Інтернет-маркетинг: [краткий курс] / В.Холмогоров. – [2-е изд.]. – СПб., 2002. - с.14
3. Вебинар РБК Pro: Маркетинг в период пандемии и после: пошаговая инструкция для ретейлеров. [Електронний ресурс]. <https://pro.rbc.ru/webinar/5e7c5cf19a79475e1002982b> (дата звернення: 04.11.2020)
4. Десять американських та українських компаній, які "піднімаються" на карантині. [Електронний ресурс]. <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/22/659639> (дата звернення: 04.11.2020).
5. Що найчастіше українці купують в інтернеті — дослідження. [Електронний ресурс]. <https://www.epravda.com.ua/news/2020/02/21/657343> (дата звернення: 05.11.2020).
6. Как торговать хенд-мейдом за границей. [Електронний ресурс]. <https://economics.segodnya.ua/economics/enews/kak-torgovat-hend-meydom-za-granicey-714193.html> (дата звернення: 05.11.2020).

Іванова Д. І. (магістрант)

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬО-ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЛІТАКОБУДУВАННЯ

Літакобудування — одна з найбільш наукомістких і капіталомістких галузей.

Не дивлячись на те, що українське літакобудування не можна назвати найрозвинутішим у світі, ця галузь вважається однією з найуспішніших в Україні. Наші літаки можна зустріти у різних країнах світу, їх якість та надійність відома далеко за межами країни. Але незалежно від рівня розвитку економіки, кожна держава потребує нових авіаційних розробок та конструкцій, так як авіаційний транспорт на сьогоднішній день є найбільш комфортним та найшвидшим видом транспорту [1].

Україна не має достатнього економічного потенціалу для фінансування такої науко- і капіталомісткої галузі. Але деякі види літакобудування (особливо транспортне літакобудування) в Україні все-таки має високі позиції на світовому

ринку. Наразі, актуальним є оцінювання стану авіабудівної галузі України та пошук перспективних шляхів розвитку авіабудівної галузі України [1].

Україна належить до небагатьох країн світу, що володіють повним циклом створення авіаційної техніки, і займає провідне місце на світовому ринку в секторі транспортної та регіональної пасажирської авіації.

Літаки українського виробництва є якісними та доступними. Незважаючи на конкуренцію на світовому ринку, вітчизняні виробники товарів групи експортують товари в понад 30 країн світу [2].

У географічній структурі експорту продукції літакобудування України за січень-серпень 2019 року основними партнерами стали ринки: Німеччини, Польщі, Австралії, Франції, США (Таблиця 1). Весь експорт літальних апаратів становив 13 224,50 тис. дол. США. У імпорті літальних апаратів переважає США, Китай та ОАЕ і загальний імпорт складає 123 336,60 тис. дол. США. На Україну припадає 0,28% від світового імпорту та 0,23% світового експорту літальних апаратів [2].

Таблиця 1

Географічна структура зовнішньої торгівлі України літальними апаратами [2]

Країна	Експорт (тис.дол.США)	Імпорт (тис.дол.США)
Німеччина	1626,7	6121,8
Польща	819	68,2
Австралія	234,20	-
Франція	292,2	30691
Об'єднані Арабські Емірати	1734,6	3495,0
США	176,3	1777,8
Білорусь	983,90	349,90
Велика Британія	128	34,2
Китай	50	486,8
Молдова	-	144,4

Не зважаючи на співпрацю в даній галузі з різними країнами, найбільшими конкурентами для України на ринку авіатехніки залишаються безумовні лідери в

експорті галузі — ринки розвинених країн Європи і Північної Америки. Головними ринками експортерами продукції авіаційної промисловості в Європі є ринки Франції, Німеччини, Іспанії, Великобританії.

Одним із шляхів розвитку авіабудівної галузі може стати реінвестування державою в авіаційну промисловість на рівні не менш 15 % від вартості реалізованої продукції галузі. У світовій практиці загальноприйнято надання державних преференцій для наукоємних галузей промисловості. Для авіабудівної галузі, як правило, це рефінансування на розробку та впровадження новітніх технологій у об'ємі до 15% від вартості реалізованої продукції галузі. Це сприяє інтенсивному розвитку підприємств галузі, що в результаті забезпечує високу конкурентоздатність країни [4].

Для стимулювання попиту на нові вітчизняні літаки необхідно створити високо капіталізовану лізингову компанію, основною метою якої буде просування через лізингові механізми українських літаків як на внутрішньому ринку, так і на світовому [3].

Однією з переваг України при виведення своїх літаків на міжнародні ринки має стати розгалужена мережа підприємств, що займаються сервісним обслуговуванням і післягарантійним ремонтом літаків. Розташування цих заводів має стимулювати продажі українських літаків на віддалених ринках Південної Америки, Африки, Австралії. Саме розміщення своїх сервісних підприємств у країнах експлуатації техніки, максимальна їх близькість до покупців мають усунути слабкість конкурентних позицій України на ринку регіональних і середньо магістральних літаків. Також забезпечення виконання вже існуючих контрактів на поставку літальних апаратів є вирішальним чинником у перспективах розвитку вітчизняної авіаційної промисловості [4].

Список літератури:

1. International scientific journal «Internauka [Електронний ресурс] / Ковінько О. М. - Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/>

2. Державна служба статистики : Економічна статистика : Зовнішньоекономічна діяльність : Зовнішня торгівля послугами України з країнами світу (за видами послуг) за 2019 рік

3. Арєф'єва О. В. Українське авіабудування: напрями трансформації / О. В. Арєф'єва, І. М. Капаруліна // Інноваційна економіка. – 2013. – № 3. – С. 3–8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2013_3_2.pdf

4. Геєць І. О. Оцінка та стратегічні напрями розвитку авіабудування України / І. О. Геєць, Ю. С. Слюсаренко // Стратегія розвитку України. – 2013. – № 1. – С. 47–52.

5. Wikipedia [Електронний ресурс] / Авіаційна промисловість України - Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org>

Іоніцой Є.Ю. (студентка 4 курсу)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РІЧКОВОГО ТРАНСПОРТУ В СИСТЕМІ АГРОЛОГІСТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО АПК

У наш час сільськогосподарське виробництво є одним з найважливіших секторів економіки України. З огляду на це, постає актуальним пошук дієвих інструментів і механізмів підвищення його конкурентоздатності, вагомим фактором якої є ефективність транспортування продукції АПК в каналах розподілу.

Проблемою сучасної системи аграрної логістики України є незадовільний стан автошляхів та під'їзних доріг, що призводить до збільшення терміну доставки, підвищуючисобівартість продукції. Так, 51,1 % українських доріг не відповідають вимогам міжнародних стандартів щодо рівності, 39,2 % – міцності, а середня швидкість руху на автомобільних дорогах у 2-3 рази нижча, ніж у західноєвропейських країнах. Практично 90 % українських доріг спроектовані під навантаження на вісь автомобіля максимум у 6 тон, що значно менше порівняно з європейськими дорогами[1]. Логістичні труднощі, з якими стикаються великі вітчизняні вантажоперевізники, спонукають усе більшу частку бізнесу переорієнтовувати вантажі на річковий транспорт, який у багатьох країнах світу

вважається найбільш екологічним та ефективним в контексті вантажних перевезень сировинних товарів. Прикладом можуть бути Німеччина та Франція, де значну конкуренцію автотранспорту і залізниці становлять річкові вантажоперевезення. З огляду на дешевизну транспортування водним шляхом, в зазначених країнах внутрішніми водними шляхами перевозиться від 40% до 50% зерна. Так, на 300-кілометровій ділянці Сени перевезення 1 т. вантажу баржою обходиться в € 10, в той же час транспортування автотранспортом буде коштувати € 13-15, а по залізниці - € 15-18 за т. [2].

Україна володіє значними й протяжними річковими ресурсами, які не до кінця використовуються в якості зручного та дешевого способу доставки товарів, як по Україні, так і за її межі. На території нашої країни є три великі судноплавні річки: Дунай, Дніпро та Південний Буг. Усі вони мають вихід до Чорного моря, а Дунай і Дніпро належать до п'яти найбільших річок Європи. За останні 20 років вантажопотік річковим транспортом в Україні скоротився у 6-7 разів, хоча обсяг перевезень протягом останнього часу має тенденцію до зростання. Потенційна вантажна база в районі Дніпра значно потужніша й може досягати 70 млн. т. Однак, незважаючи на наявний потенціал розвитку транспортного сполучення за допомогою річкового транспорту в Україні, ним перевозиться лише 0,5% всіх товарів. За результатами 2018 р., він склав усього 10 млн. тон [5]. Серед країн ЄС цей показник наближається до 16,3% – в Болгарії, 12,3% – в Німеччині. У середньому в країнах ЄС цей показник становить 6,7% [3].

Одним із прикладів ефективного використання річкового транспорту для перевезення сільськогосподарської продукції в Україні є СП «Нібулон». У компанії налічується 26 елеваторів і перевалочних комплексів, 11 з яких розташовані уздовж Дніпра і Південного Бугу. Більшість річкових елеваторів побудовані за останні 10 років. За даними СП «Нібулон», кожні 3 млн. тон зернових, що переправлені по річці, дозволяють розвантажити близько 250 вагонів і прибрати з доріг до 600 вантажівок на добу [4].

Для забезпечення розвитку річкових перевезень необхідно прийняти низку заходів, які б підвищили конкурентоспроможність річкового транспорту: змінити принцип оплати зборів за проходження річковими суднами шлюзів, акваторій морських портів; знизити збори за прохід суден під іноземними прапорами внутрішніми водними шляхами України; розробити й прийняти галузеві транспортні стратегічні програми з метою збалансування розподілу вантажопотоків між автомобільним, залізничним і річковим транспортом; прийняти Закон України «Про внутрішній водний транспорт». Наразі в Україні розроблено проект закону «Про внутрішній водний транспорт», що було зареєстровано 9 липня 2018 року під №2475а-д. [6]. Законопроект є новацією у законодавстві України і повністю впровадить п'ять директив ЄС у сфері річкового транспорту.

Таким чином, одним з найважливіших інструментів підвищення конкурентоспроможності аграрної логістики України є впровадження світового досвіду використання річкового транспорту як одного з найдешевших та зручних видів транспортування аграрної продукції. Насамперед, будуть розвантажені автомобільні шляхи, залізниці і залізничні вузли біля морських портів. Розвиток річкового транспорту зміцнить позиції України на міжнародному ринку.

Список літератури:

1. Жураковська Л. Першочергові заходи щодо розвитку аграрної логістики в Україні. Аналітична записка / Л. А. Жураковська // НІСД, Відділ секторальної економіки / №25, Серія «Економіка». – 2014. – URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/pershochergovi-zakhodi-schodo-rozvitku-agrarnoi-logistiki-v-ukraini>.
2. «У Німеччині та Франції 50% зернових транспортуються водними шляхами.» URL: <https://latifundist.com/novosti/37401-v-germanii-i-frantsii-50-zernovyh-transportiruyutsya-vodnymi-putyami>.

3. «Агрологістика 2019: з минулого року вартість перевезення зерна зросла на 35%»// URL:<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/agrologistika-2019-s-proshlogo-goda-stoimost-perevozhki-zerna-vyrosla-na-35>.

4. Mind.ua «Річний стратег:навіщо Нібулон будує елеватори біля Дніпра та Південного Буга» //URL: <https://mind.ua/ru/publications/20174737-rechnoj-strateg-zachem-nibulon-stroit-elevatory-u-dnepra-i-yuzhnogo-buga>.

5. «Проти течії: чому занепав річковий транспорт в Україні» // URL: <https://mind.ua/openmind/20195269-proti-techiyi-chomu-zanepav-richkovij-transport-v-ukrayini>.

6. Верховна рада України: офіційний портал. Проект Закону про внутрішній водний транспорт від 09.07.2018. // URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=64397.

Іщук А.Є. (магістрант)

ПАРАДИГМА СУЧАСНОГО СВІТОВОГО РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

Сучасний стан та розвиток світового ринку нерухомості залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників, мінливих як за своїми оцінками, так і за складом. Тому з метою якісного виявлення й кращого розуміння причин та наслідків ринкових змін необхідно постійно адаптувати методологію наукових досліджень шляхом широкого залучення загальноновизнаних досягнень та формування більш цілісної теоретичної бази.

Наукову парадигму сучасного світового ринку нерухомості будемо трактувати як метод узагальнення концептуальних засад, моделей, підходів щодо його функціонування, які оформилися та устоялися на сьогоднішній день в результаті еволюції наукової думки щодо дії об'єктивних економіко-теоретичних законів та ситуативних, емпіричних впливів. Для формування парадигми сучасного світового ринку нерухомості застосуємо два наукових підходи: системний і біхевіористський (поведінковий) (рис. 1).



Рисунок 1 – Формування парадигми сучасного світового ринку нерухомості

Джерело: розроблено автором на основі [1-5]

Системна парадигма дозволяє комплексно підходити до розкриття та розуміння суті світового ринку нерухомості й полягає у дослідженні його властивостей як цілісної системи – сукупності структурних та інфраструктурних елементів та взаємозв'язку між ними. Існують три основні елементи системи – учасника ринку нерухомості: виробники, фінансові посередники та користувачі. Вони пов'язані між собою передачею права власності чи користування в обмін на певну грошову оплату [1, с. 6].

В роботі [2], автори якої розвивають теорію Ф. Брауделя, показано, як трансформується світовий ринок і змінюються його системні характеристики залежно від стадії розвитку – самостійного будівництва та самоспоживання, простого ринку та капіталізованого ринку. Саме виникненням стадії капіталізації характеризується етап формування сучасного світового ринку нерухомості [3, с. 109].

Біхевіористська парадигма передбачає поведінковий підхід при дослідженні світового ринку нерухомості. Він є поверненням до сутності ринкових відносин та більш точно відображає, як насправді функціонує ринок. Ціни обговорюються,

значною мірою, у приватному порядку, на неефективному ринку. В результаті процес оцінки нерухомості є стохастичним (тобто певним розподілом ймовірностей навколо середнього значення), а не детермінованим (тобто бальною оцінкою). Крім того, існує низка поведінкових теорій, які пояснюють нераціональної поведінки учасників ринку нерухомості. Серед них – «закон малих чисел», коли у своїх рішеннях гравці спираються на оцінку нещодавнього досвіду та використовують її при прогнозуванні кон'юнктури замість врахування реальних об'єктивних змін ситуації. Теорія перспектив стверджує, що учасники фінансових відносин набагато сильніше переживають від втрат, ніж отримують задоволення від такого ж за розміром виграшу, тож обирають в умовах невизначеності варіант з найменшою вірогідністю збитків. Згідно з теорією «якоря» формування цін починається з початкової, часом випадкової оцінки, так званого якоря, до якої прив'язується остаточний результат. Так, продавці нерухомості завищують початкову ціну, що дозволяє їм продавати об'єкт за завищеною ціною [4, с. 232].

Кілька ключових маркетингових концепцій засновані на застосуванні поведінкової теорії та можуть застосовуватися при дослідженні ринку нерухомості, зокрема: сегментація ринку, обґрунтування поведінки, поняття залучення та сприйняття. Ці концепції поведінкового підходу можуть бути використані для аналізу рішень, які приймаються повним спектром гравців у сфері нерухомості: користувачами, виробниками та посередниками. Спираючись на них, аналітики здатні розробляти більш надійні прогнози щодо поведінки на ринку, що визначає попит та пропозицію на нерухомість, а отже, і її ринкову вартість [5, с. 33].

Таким чином, системний та біхевіористський підходи при формуванні парадигми сучасного світового ринку нерухомості доповнюють один одного, дозволяють розширити теоретичну базу дослідження та межі уявлення про причини змін, більш точно оцінювати поточний стан та будувати адекватні ринкові прогнози.

Список літератури

1. Давиденко Н.М., Воронченко О.В. Сутність та закономірності розвитку ринку нерухомості в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 21. С. 5-7.
2. Theurillat T., Rérat P., Crevoisier O. The real estate markets: players, institutions and territories: Working paper 1-2014/E. Université de Neuchâte, 2015. 23 с.
3. Siemińska E., Krajewska M. Conditions and directions of investing on the world real estate market. *De Gruyter*. 2017. Vol. 25, № 4. P. 99-112.
4. Поведенческая экономика: современная парадигма экономического развития: монография / под ред. Г.П. Журавлёвой, Н.В. Манохиной, В.В. Смагиной. М.; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. 340 с.
5. DeLisle J.R. Behavioral Real Estate Theory. URL: <https://www.yumpu.com/en/document/read/26791069/behavioral-real-estate-dr-james-r-delisle> (Accessed: 7.11.2020).

Каленська К.О. (магістрант)

РОЛЬ СТРАХУВАННЯ У ВЕДЕННІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Страхові послуги з кожним днем стають все більш популярними по всьому світу. Розміри отриманих премій ростуть прямо пропорційно збільшенню кількості договорів страхування. Наприклад, наразі без мінімального страхового полісу неможливо навіть виїхати за кордон. На заході страхування є невід'ємною складовою життя кожної людини вже протягом десятків років, натомість в Україні воно лише починає набирати обертів.

Страхування - це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів фізичних осіб та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати фізичними особами та юридичними особами страхових платежів (страхових внесків, страхових премій) та доходів від розміщення коштів цих фондів.[1]

З розвитком суспільства зростають і ризики, а, відповідно, потреба у способах захисту та інструментах обмеження ризику. Найважливіша роль страхування у

житті будь-якої фізичної або юридичної особи – захисна та попереджувальна. Попереджувальна роль полягає у тому, що застрахувавши своє здоров'я або майно є можливість уникнути непередбачуваних величезних збитків, до яких як звичайна людина, так і величезний промисловий або виробничий об'єкт можуть бути не готовими. Захисна роль полягає у відшкодуванні матеріальних збитків при настанні страхового випадку. Наприклад, при страхуванні обладнання та машин на випадок поломки у разі настання страхового випадку (вибух, розладка або замикання тощо) частина промислового об'єкту зупиняється, бізнес втрачає позиції на ринку, власник позбавляється частини виробітку та вимушений витратити набагато більшу кількість коштів та часу на ремонт і відновлення процесів, аніж він витратив би на оплату договору страхування. Відшкодування матеріальних збитків юридичних осіб надає впевненості для розвитку бізнесу. Жоден власник не вкладе капітал у проект або виробництво не попередивши можливу втрату ресурсів. Аналогічно на міжнародному ринку жоден потенційний діловий партнер не буде співпрацювати із підприємством, що не застрахувало свої ризики.

Європейський досвід страхових компаній демонструє високий рівень усвідомлення ролі страхування у повсякденному житті. Наприклад, Німеччина та Франція поділяють між собою перші місця у рейтингу країн Європи, де найбільш розповсюджене страхування життя: близько 50% усього страхового ринку у даних країнах припадає саме на страхування життя, інша частина - страхування ризиків, пов'язаних зі здоров'ям, майном, автотранспортом тощо. Тим часом, у таких країнах, як США або Нідерланди навпаки страхування автопарку юридичної особи та медичне страхування співробітників є набагато більш популярним. [4].

У європейських країнах страхові компанії опосередковано створюють певний позитивний вплив на юридичних осіб. Наприклад, запропонувавши надто високий тариф або відмовившись від прийняття на страхування певного об'єкту, страховик змушує підприємства знизити ризики настання страхового випадку: відмовитись

від застарілого обладнання або небезпечної діяльності, підвищити екологічну безпеку. Завдяки цьому зростає безпека виробничої діяльності, умов праці та інтересів споживачів [2].

За 2019 рік страхові компанії України зібрали чисті премії на суму 39,6 млрд грн, що на 15% більше, ніж за аналогічний період 2018 року. Збільшення валових страхових премій зафіксовано майже по всіх видах страхування. Зокрема, в автострахованні КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена карта» - на 1,7 млрд грн (18%), в медичному страхуванні - на 1,028 млрд грн (40,3%), страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ - на 776,6 млн грн (25,4%), страхування майна - на 618,1 млн грн (13,7%), в страхуванні життя - на 552,6 млн грн (20,2%), страхування медичних витрат - на 546, 7 млн грн (58,5%), вантажів та багажу на 133,4 млн грн (6,5%) [3]. Отже, викладене дає зрозуміти, що для бізнесу страхування стало обов'язковим критерієм успішного розвитку, а для більшості фізичних осіб найближчим часом страхування майна та здоров'я стане невід'ємною частиною життя.

Страхування грає одну з найважливіших ролей у діловому й повсякденному житті у сфері компенсації збитків, і з кожним днем необхідність у ньому зростає пропорційно розвитку суспільства. Страхування гарантує від випадкових ризиків та забезпечує безперервність, безперебійність і збалансованість виробництва. Саме через здатність страхування впливати на макроекономічні процеси на міжнародному ринку воно вважається одним із стратегічних секторів економіки. В Україні суспільство ще недостатньо усвідомило необхідність страхування, тому це досі є проблемою страховиків, які проявляють високу активність, намагаються привернути увагу до себе та своєї соціальної значущості.

Оскільки в Україні страховий ринок не працює так само, як у європейських сусідів, страховим компаніям необхідно звернути увагу на наступне: 1) активно завойовувати довіру до себе та вирішувати кадрові питання - самостійно підвищувати кваліфікацію співробітників та готувати їх до роботи на молодому і

нестабільному ринку; 2) слід брати активну участь у розвитку профільного законодавства; 3) вивчати тенденції розвитку із розглядом ретроспективи європейського ринку задля уникнення аналогічних помилок та ефективного впровадження нових страхових продуктів.

Список літератури:

1. Закон України «Про страхування» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 18, ст. 78)
2. Роль страхового ринку у системі соціально-економічних відносин: досвід Європи – А.Н.Залетов
3. «Фориншурер» - Рейтинг страхових компаній України
4. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: Зарубіжний досвід розвитку ринку страхування життя як чинник впливу на українські реалії - ст. 138-139.

Кириленко А.В. (магістрант)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В сучасних умовах динамічного бізнес-середовища важливим завданням менеджерів міжнародних компаній стає швидке та ефективно реагування на зміни задля утримання конкурентних позицій на ринку. Міжнародні маркетингові дослідження є одним із високоефективних методів адаптації бізнесу, який досить широко використовується підприємствами у всіх країнах світу.

Міжнародні маркетингові дослідження - це сукупність заходів у міжнародній маркетинговій діяльності, спрямованих на встановлення тенденцій та закономірностей розвитку ринку з метою запобігання невизначеності та прийняття ефективних управлінських рішень, в умовах конкуренції на ринку, що постійно зростає [1, с.7].

Маркетингові дослідження напряму пов'язані з прийняттям рішень щодо всіх сфер маркетингової діяльності організації, адже саме маркетингові дослідження є

основним інформаційним порталом, який напряду пов'язує маркетологів з ринком, його споживачами, конкурентами [1, с.7].

Роль маркетингових досліджень у сучасних умовах ключова, оскільки саме такі дослідження стають ледь не єдиним аналітичним та логічним обґрунтуванням для реалізації *маркетингового* підходу ведення бізнесу у сучасних турбулентних умовах ринку.

Проблематикою маркетингових досліджень займалися такі зарубіжні і вітчизняні науковці як : Ф. Котлер, Ж.Н. Капферер, Ж. Аакер, Войчак А.В., Куденко Н.В.

У сучасних умовах світової практики формується тенденція щодо розподілення суб'єктів маркетингових досліджень на внутрішні і зовнішні.

Внутрішній суб'єкт - це відділ компанії, що займається маркетинговими дослідженнями безпосередньо в рамках підприємства. За оргструктурою такі дослідження можуть проводитись в підрозділі штаб-квартири підприємства, в окремих підрозділах корпорації, окремих інноваційних центрах. За такою схемою корпорації можуть проводити оцінку окремих продуктів, споживачів чи географічних регіонів. Більшість підприємств, що мають чи розвивають внутрішній суб'єкт маркетингових досліджень – великі транснаціональні компанії-виробники, адже опція проведення маркетингових досліджень високого рівня всередині підприємства потребує високої ресурсності та компетенції.

Зовнішній суб'єкт – незалежні агентства та організації, що проводять маркетингові дослідження на замовлення компаній-виробників та ритейлерів. Всі вони складають індустрію маркетингових досліджень та розподіляються за масштабом (зі штатом з кількох співробітників у маленьких агентствах до всесвітньо відомих компаній). Станом на 2019 рік за сумою доходу найбільшими компаніями- вимірювачами маркетингових досліджень є : Nielsen, Kantar, Ipsos, GFK [2, с.40-42; 3].

Серед найбільш розповсюджених методів проведення маркетингових досліджень дослідницькими компаніями основними методами є кількісні дослідження (інтерв'ю, фокус-групи) [4].

Nielsen є еталоном та бенчмарком для інших компаній щодо методів проведення досліджень. Nielsen надає клієнтам повноцінне бачення того, «що споживачі дивляться» (контент, рекламні ролики) і "що споживачі купують" (категорії товарів, бренди, продукти), і допомагає їм виявити, як одне впливає на інше.

У деяких країнах світу, наприклад США, Nielsen відомий в першу чергу своїми ТВ-рейтингами. Звітність компанії структурується за двома вищезгаданими напрямками бізнесу - "що споживачі дивляться" (медіавимірювання і аналітика) і "що споживачі купують" (вимір обсягів роздрібних продажів і аналітика). В кінцевому рахунку, компанія Nielsen надає клієнтам дані і інструменти вимірювання та консультаційні послуги з поліпшення бізнес-результатів.

Сегмент "що споживачі купують" (англ. Buy), на який припадає приблизно 55% глобальної виручки компанії, допомагає виробникам товарів повсякденного попиту і ритейлерам розуміти, що споживачі купують з точки зору категорій, брендів і продуктів. Мета Nielsen - вимірювати всі FMCG-покупки, незалежно від того, через який канал збуту вони були здійснені. В рамках практик - "Інновації", "Ефективність маркетингу" і "Мобільний сайт" - компанія надає консультаційні послуги в сфері успішного запуску нових продуктів, оцінки результативності повного циклу маркетингу і продажів, включаючи вимір ефективності реклами, маркетинг-міксу, простору in-store, цінових стратегій, програм лояльності ритейлерів тощо [5].

Таким чином, на ринку маркетингових досліджень присутня тенденція до зростання рівня зосередженості капіталу і постійним підвищенням ролі міжнародних дослідницьких мереж. Більшість компаній-лідерів світового ринку маркетингових досліджень застосовують стратегію диференціації – формують

нецінові конкурентні переваги, засновані на використанні унікальних технологій і методів збору, аналізу й інтерпретації даних. У той же час значна кількість компаній зосереджені на стратегії акцентування на певних методах, об'єктах дослідження, географічних або товарних ринках. Для всіх найбільших компаній найважливішими конкурентними перевагами і ключовими факторами успіху на світовому ринку маркетингових досліджень є висококваліфікований персонал і загальновідома торгова марка, заснована на репутації компанії й унікальності її продуктів.

Список літератури:

1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Фин-пресс 1998. – С. 257.
2. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебн. пособ. / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2001. – С. 262.
3. AMA, Marketing Research [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ama.org>.
4. Annual Study of the Market Research Industry. – ESOMAR Publishing, 2018
5. Nielsen How we measure [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.nielsen.com/ua/en/>

Кіяшко І. (студент 4 курсу)

ПРИНЦИПИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ ШВЕЦІЇ

Відсутність соціальної та екологічної відповідальності у логістичних системах багатьох країн підвищує критичність проблеми питань зміни клімату. Наслідками такої недбалої політики можуть виявитися численні глобальні катастрофи: глобальне потепління, кислотні дощі, дефіцит природних ресурсів та виснаження озону. Саме тому питання запровадження принципів сталого розвитку в логістичних системах компаній всього світу є вкрай актуальним.

Швеція – це модерністське суспільство, в якому всі стовпи стійкого розвитку лише підтримують одне одного. Політика держави характеризується великою кількістю ініціатив щодо покращення навколишнього середовища. відповідно до концепції екомодернізації, що робить її однією з провідних країн в запровадженні принципів сталого розвитку не лише в Європі, а й в усьому світі [1]. Практика показує, що програми, пов'язані з екологічною та соціальною стійкістю частіше за все є ефективними та економічно доцільними. Вести бізнес таким чином є економічно вигідним для організації завдяки зменшенню витрат.

Серцем логістичної системи будь-якої компанії є транспорт. Без нього важко було б уявити фізичний рух товарних запасів від постачальника до клієнта. Проте, шкідливий вплив багатьох видів транспорту є катастрофічним для подальшого існування всієї планети. З розвитком логістичних систем обсяги транспортування продукції зростають в геометричній прогресії. Це спричиняє збільшення рівня викидів парникових газів від автомобільного транспорту в атмосферу. Рух мільярдів товарів щодня вимагає великої кількості викопного палива, якого найближчим часом може бути недостатньо.

Ці проблеми транспортування змушують компанії всього світу мінімізувати шкідливий вплив руху товарів на навколишнє середовище. Для вдалого подальшого функціонування всієї планети він має бути ефективним, дієвим, екологічно та економічно вигідним як для компаній, так і для країн світу. З цією метою, з 2018 року Швеція стимулює продажі електрокарів та підвищує їх частку на домашньому ринку за допомогою субсидіювання.

Не менш важливим є розвиток та запровадження відновлюваної енергії в логістичних системах компаній. Наприклад, шведська логістична компанія Green Cargo Road & Logistics AB застосовує енергозберігаючі локомотиви у власній діяльності [2]. Завдяки постійній увазі до екомодернізації, Швеція посідає безперечне перше місце в частці використання відновлюваних джерел енергії

серед всієї енергії, що використовується транспортом та перше місце за часткою електрокарів серед всіх автомобілів [3].

Упакування також відіграє важливу роль в логістиці, не лише через захист товарів, а й через потенційне заощадження місця для зберігання товарів. Для менеджерів з логістики це блискуча можливість утримувати економічну та екологічну стійкість всієї компанії. Логістичним компаніям слід постійно модернізувати технологію упакування власних товарів, оскільки це формуватиме лояльність споживачів.

Яскравим прикладом уваги до упакування продукції є інноваційний підхід шведської компанії ІКЕА в перевезенні та транспортуванні власних товарів. Він полягає в більш компактній упаковці та штабелюванні товарів, що реалізується за рахунок відмови від дерев'яних піддонів та впровадження замість них, паперово-картонних піддонів з кронштейнами, під які фіксуються пластикові ніжки. Завдяки цьому, підвищується вантажомісткість автомобілів, мінімізується кількість вихлопів CO₂ в навколишнє середовище та знижується витрата палива [4].

Також, одним з важливих аспектів логістичної системи є складування. Врахування кількості складів, їх географічного розташування, розміру, дизайну та компонування має велике значення на успішний та стійкий розвиток логістичної системи всієї компанії. Менеджери з логістики повсякчас шукають шляхи мінімізації енергетичних витрат, які споживають логістичні об'єкти. Наприклад, з метою боротьби зі зміною клімату та роботою над енергоефективністю компанія ІКЕА виділила 600 млн євро для розвитку енергії вітру та сонця за рахунок будівництва 314 окремо розташованих вітряних турбін та майже 700 000 панелей сонячних батарей на логістичних будівлях ІКЕА [4].

Запровадження принципів сталого розвитку в логістичних системах компаній є вкрай актуальним питанням для покращення економічної, екологічної та соціальної ситуації в країнах світу. На прикладі Швеції та шведських компаній Volvo, ІКЕА та Green Cargo Road & Logistics AB можна спостерігати за вдалою

модернізацією логістичного процесу в певних аспектах транспортування, упакування, складування тощо. Тому, даний досвід є надзвичайно цінним з точки зору його подальшого перейняття компаніями всіх країн світу.

Список літератури:

1. Malik Z. Sustainability and Logistics Organizations in Sweden [Електронний ресурс] / Zeeshan Malik. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://hj.diva-portal.org/smash/get/diva2:1320748/FULLTEXT01.pdf>.
2. Annual Report Including Sustainability Report. // Green Cargo. – 2019. – С. 100.
3. European Commission MOBILITY AND TRANSPORT [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://ec.europa.eu/transport/facts-fundings/scoreboard/countries/sweden/energy-union-innovation_en.
4. Экологичный образ жизни дома [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ikea.com/ru/ru/this-is-ikea/sustainable-everyday/>.

Короткий Б.В. (магістрант)

ТОРГОВЕЛЬНО – ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ХХІ СТОЛІТТЯ

“Український Уряд зацікавлений у розвитку вітчизняного підприємництва і розглядає ТПП України як один з ефективних важелів реалізації зовнішньоекономічної політики України”

Торговельно-промислова палата є недержавною неприбутковою самоврядною організацією, що об'єднує юридичних осіб, які діють відповідно до законодавства України, та громадян України, зареєстрованих як підприємці, та їх об'єднання. [1, 5]

Торговельно-промислові палати виступають як авторитетні ділові асоціації.

Актуальність їх функціонування у ХХІ столітті обумовлена їх головними завданнями [3, 4] :

– сприяння розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, експорту українських товарів і послуг;

– надання практичної підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках, освоєнні нових форм співробітництва;

– представлення інтересів членів палати стосовно питань господарської діяльності як в Україні, так і за її межами;

– організація взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності, координація їх взаємовідносин із державою в особі її органів;

– участь в організації в Україні та за кордоном професійного навчання і стажування фахівців – громадян України з питань підприємництва, розвитку конкуренції, а також у розробленні та реалізації державних і міждержавних програм у цій галузі;

– надання довідково-інформаційних послуг, основних відомостей, що не є комерційною таємницею, про діяльність українських підприємців і підприємців зарубіжних країн згідно з національним законодавством, сприяння поширенню, зокрема через засоби масової інформації, знань про економіку і науково-технічні досягнення, законодавство, звичаї та правила торгівлі в Україні і зарубіжних країнах, можливості зовнішньоекономічної співпраці українських підприємців;

– сприяння в організації інфраструктури інформаційного обслуговування підприємництва;

– надання послуг для здійснення комерційної діяльності іноземним фірмам та організаціям;

– встановлення і розвиток зв'язків з іноземними підприємцями, а також організаціями, участь у роботі міжнародних неурядових організацій та інших спільних організацій;

– сприяння розвитку торгових звичаїв у підприємницькій діяльності, участь у розробленні правил професійної етики у конкуренції для різних сфер підприємницької діяльності, галузей економіки, спілок та об'єднань підприємців.

На підставі зазначених головних завдань торговельно-промислових палат слід визначити, що Торгова Палата України має приймати активну роль у розвитку міжнародної економічної діяльності та сприяти покращенню взаємовідносин між Україною та іншими країнами.

Список літератури:

1. https://protocol.ua/ua/pro_torgovo_promislovi_palati_v_ukraini_stattya_1/
2. <https://ucco.org.ua/regional-ni-tpo>
3. <https://ucco.org.ua/about>
4. <http://kiev-chamber.org.ua/ru/104/>
5. <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=35eaa8dd-e262-41c8-8abc-08c1697d0bd2&title=MinekonomrozvitkuSpriaieRozshirenniuSpivpratsiMizhTppUkrainiTaMizhnarodnimiTorgovimiOrganizatsiiami>

Кузьмич А. Г. (магістрант)

ВПЛИВ COVID-19 НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ГЛОБАЛЬНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В СЕКТОРІ МЕДИЧНИХ ЗАСОБІВ ТА ПРИЛАДІВ

Нинішня криза COVID-19 створила безпрецедентний виклик для систем охорони здоров'я. Багато країн намагаються надати необхідні товари та послуги постраждалому від пандемії населенню. Торговельна політика є частиною набору інструментів реагування на кризи урядами, і низка країн уже в односторонньому порядку зробила нульовим ввізне мито на товари медичного призначення, зробивши доступ до них більш доступним. Як і будь-яке інше оподаткування, засноване на споживанні, імпорتنі мита є регресивною формою оподаткування, оскільки тариф впливає на витрати на споживання в більшій частині на осіб з низькими доходами, по відношенню до осіб з високими доходами. Отже, тариф впливає на бідних та хворих пропорційно більше, ніж на багатих чи здорових. Це справедливо не лише в бідніших країнах порівняно з багатшими, але і всередині країн між різними групами доходів.

З іншого боку, з побоювання не мати можливості забезпечити відповідні поставки, багато країн вдаються до різних форм обмежень експорту, що призводять до збоїв у ланцюгах поставок, затримок транспорту, а також стрибків цін на життєво необхідні поставки. Це також погіршило особливо важке економічне становище найменш розвинених членів СОТ, яким бракує виробничих потужностей для медичних товарів і які, через введення обмеження можливостей експорту з боку своїх розвинених партнерів, були відрізані від доступу до необхідних медичних товарів.

Сприяння у міжнародній торгівлі медичних засобів та приладів сприяє зростанню ланцюгів поставок та робить їх більш стійкими та диверсифікованими, а також посилює готовність до майбутніх потрясінь у галузі охорони здоров'я. Можливості міжнародної торгівлі також стимулюють більший обсяг виробництва в цьому секторі, оскільки компанії зможуть обслуговувати глобальний ринок, на відміну лише від внутрішнього ринку. Європейська комісія на початку березня представила потенційні елементи ініціативи, що відповідає поточним та майбутнім викликам у фармацевтичному та медичному секторі, що сприятиме досягненню цілей сталого розвитку ООН з метою «досягнення доступу до безпечних, ефективних, якісних та доступних основних ліків та вакцин» [1].

Секретаріат СОТ визначив 46 членів СОТ (вважаючи ЄС одним) та 8 спостерігачів, які запровадили заборони або обмеження на експорт у відповідь на пандемію COVID-19 станом на 23 квітня 2020 року. Це призвело до значних перебоїв у торгівлі. З цієї причини видається доцільним, загалом, наполегливо заохочувати Сторони утримуватися від обмежень на експорт (та ввезення) медичних засобів та приладів як тарифними так і нетарифними бар'єрами [2].

Однак, якщо Сторона вважає, що її критична ситуація вимагає введення таких заходів, такі дії можуть враховувати такі елементи:

- Заходи є найменш обмежувальними, цільовими, тимчасовими (наприклад, діють протягом максимум 6 місяців з можливістю обмеженого продовження протягом періоду дії Угоди), пропорційні та повністю прозорі [3];

- Поняття «пропорційності» потребує додаткового пояснення. Під «пропорційним» показником можна розуміти такий, що відповідає наступним принципам:

- a) захід повинен переслідувати законну мету, перелічену у статті XX ГАТТ;

- b) міра повинна забезпечувати досягнення цієї мети;

- v) це має бути найменш обмежувальний захід, який є розумно доступним, що досягає мети в рівноцінному ступені;

- d) у світлі (високої) важливості цілі, що переслідується (захист життя та здоров'я людини), та ступеня внеску, який цей захід робить для досягнення цієї мети, але також її ступінь обмеження торгівлі, зважування та збалансування цих факторів повинно дозволити вважати міру «необхідною» [3].

- Враховується належним чином ситуація країн-імпортерів, які не мають або не можуть розширити свої виробничі потужності. Найменш розвинені країни повинні бути звільнені від дії експортних обмежень [3];

- Механізм консультацій для постраждалої сторони зі стороною, яка встановлює обмеження на експорт, за умови, що остання є основним постачальником для потерпілої сторони [3];

- Виключення екстреної гуманітарної допомоги із сфери експортних обмежень у будь-якому випадку [3].

Розгляд «справедливої частки міжнародних поставок» основних товарів (відповідно до статті XX) буде доступним для кожного члена СОТ. Це застосовується незалежно від того, чи член-заявник посилається на статтю XX як на виняток чи звертається до іншого винятку, як до статті XI: 2. Поняття «справедливої частки» не є чітко визначеним, оскільки це залежить від конкретних обставин, Сторони можуть домовитись про загальне тлумачення

такого положення та його застосування. Наприклад, забезпечення «справедливої частки міжнародних поставок» означало б, що ексклюзивні режими розподілу для продажу товарів першої необхідності на територію окремих країн за допомогою двосторонніх угод не дозволятимуться [4].

Основною метою зазначених нововведень є — уникнення ситуації, коли товари першої необхідності, включаючи вакцину, можуть розповсюджуватись виключно однією країною, тоді як інші країни будуть позбавлені доступу до них. Крім того, слід також запобігати ситуації, коли одна сторона продає всю свою наявну надлишкову поставку іншій стороні, яка потребує, без належного врахування потреб інших (наприклад, учаснику, що надає найбільшу ціну). У цьому контексті особливу увагу слід приділити країнам, що розвиваються та найменш розвиненим.

Список літератури:

1. Список пріоритетних медичних пристроїв для ведення випадків COVID-19, 9 квітня 2020 р.
2. [Електронний ресурс] // Штаб-квартира ВООЗ 9 квітня 2020р. – Режим доступу до ресурса: <https://www.who.int/publications/m/item/list-of-priority-medical-devices-for-covid-19-case-management>
3. Забезпечення надзвичайного доступу до необхідних медичних та харчових продуктів для боротьби з пандемією covid-19, 4 травня 2020 р.
4. [Електронний ресурс] // Генеральна рада СОТ, 4 травня 2020 р. – Режим доступу до ресурса: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/GC/211.pdf&Open=True>
5. Рішення та рекомендації, прийняті комітетом СОТ щодо технічних бар'єрів у торгівлі з 1 січня 1995 року, 24 вересня 2019 р.
6. [Електронний ресурс] // Комітет з технічних бар'єрів у торгівлі СОТ, 24 вересня 2019 р. – Режим доступу до ресурса: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/G/TBT/1R14.pdf&Open=True>
7. Sunanda Sen, Теорія та політика міжнародної торгівлі: що залишилося від парадигми вільної торгівлі? / Sunanda Sen, Jawaharlal Nehru University // ResearchGate 11.2010 р

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ В КОНТЕКСТІ ІНТЕРНЕТ–ТОРГІВЛІ

В умовах сьогодення, коли конкуренція серед компаній невпинно зростає, маркетинг інновацій відіграє важливу роль в діяльності торгівлі підприємств, а особливо в Інтернет–торгівлі, що зараз набуває всеохоплюючого масштабу та потребує інновацій та креативних рішень.

Метою даного проектного дослідження є визначення ролі інноваційних технологій в сфері Інтернет-торгівлі та дослідження впровадження вдалого досвіду маркетингу інновацій зарубіжними компаніями.

Інтернет–торгівля набуває все більшого розповсюдження в міжнародній діяльності підприємств за рахунок зручності, мобільності та обмежених ресурсів. Актуальність даної роботи полягає в тому, що в умовах загострення конкуренції на міжнародних та національному ринках, а також розвитку процесів діджиталізації світової економіки впровадження інновацій є саме тою рушійною силою, що забезпечує та формує конкурентоспроможність компанії.

В даній роботі були використані такі емпіричні методи дослідження як вивчення та аналіз статей стосовно маркетингу інновацій та досвіду впровадження даних інновацій в сферу електронної комерції. Також був використаний метод порівняння та абстрагування отриманої інформації.

Дослідженнями ролі міжнародного маркетингу в електронній комерції та новітнім інноваційним маркетинговим технологіям присвячено багато праць як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Варто відмітити роботи таких вчених як Лук'яненко Д., Циганкова Т., Ілляшенко С., Мельник Т., Тарнавська Н. та інших, які розглядали питання щодо актуальних проблем використання інноваційної діяльності в компаніях, а також поняття маркетингу інновацій як інструменту успішного бізнесу.

Маркетингом інновацій вважається діяльність, головним завданням якої є розробка абсолютно нового товару, створення нововведення; пошук нових сфер діяльності [2, с. 615]. Маркетинг інновацій передбачає проведення маркетингових досліджень, які дають змогу зрозуміти, що в процесі виробництва товару чи послуги слід вдосконалити, модернізувати або можливо створити щось зовсім інше. Розробка чогось нового і є тією рушійною силою що допомагає стати лідером на ринку [3, с. 42-43].

Переваги для компаній від впровадження інноваційних технологій є беззаперечними. Серед них можна виділити збільшення рівня конкурентоспроможності, залучення більшого кола споживачів, збільшення попиту та інтересу до продукції, покращення рівня матеріально-технічної бази компанії.

На сьогоднішній день ринок товарів та послуг є досить перенасиченим, тому підприємцям-початківцям дуже важко прорватися та зайняти свою нішу на ринку. Саме інновації є тим ключовим фактором, що допомагають в боротьбі за споживача. Чим більше нововведень може запропонувати виробник, тим краще [1, с. 334].

Слід зазначити що на сьогоднішній день стрімко розвивається Інтернет-торгівля. Статистика eCommerce показує, що середня кількість відвідувань онлайн-магазинів непинно збільшується по всьому світу. Сегментами що найшвидше розвиваються є одяг та електроніка. Також відомо, що відсоток людей, які здійснюють покупки саме в онлайн-магазинах значно зростає, тому зараз дуже актуальним є впровадження цифрових технологій аби зробити сервіс зручним та швидким для споживача [4].

На наш погляд, однією з результативних інноваційних технологій, що може бути запозичена вітчизняними онлайн-магазинами є функція “доповнена реальність” як один з видів інновацій в Інтернет-торгівлі. Дана функція допомагає відвідувачам онлайн-магазинів представити як їх майбутня покупка виглядатиме в

реальному житті не виходячи з дому та не відволікаючись від екрана свого мобільного телефону чи комп'ютера.

Така функція буде корисною для покупців косметики, одягу чи товарів для дому, оскільки одяг можна буде поміряти в віртуальній примірочній, косметику уявити на собі в спеціальному дзеркалі, а товари для дому підставити в інтер'єр свого помешкання. Використовуючи цю технологію, можна буде також віртуально переміщатися по магазину, заздалегідь вибираючи список товарів для покупки в мобільному додатку та побачивши їх розташування в магазині в режимі реального часу [6].

Схема роботи функції “доповнена реальність” наступна: камера мобільного телефону чи ПК робить знімок реального об'єкта; програмне забезпечення пристрою ідентифікує отримане зображення, з'єднує це зображення з його доповненням та виводить кінцеве зображення картинки на сам пристрій візуалізації.

Слід привести в приклад досвід Китаю в використанні функції “доповнена реальність”. Шанхайська група JALA Group формує в собі чотири різні марки: “MAYSU”, “CHANDO”, “BOTANICAL WISDOM” та “Insea”. Група JALA являється провідною китайською компанією з виробництва косметики та догляду за шкірою. Цей бренд створив “магічне дзеркало”, що сканує обличчя споживача, підбирає обрану ним продукцію та “наносить” на віртуальне зображення. Таке розумне дзеркало дає змогу споживачам сфотографувати своє обличчя камерою мобільного телефону чи веб-камерою. Програма дозволяє споживачу додати товар до спеціального цифрового кошика, скануючи спеціальний QR-код [5].

Отже, підсумовуючи вище сказане, можна зробити висновок, що на сьогодні одним з найголовніших показників конкурентоспроможності є впровадження інновацій. Зважаючи на невинне зростання онлайн-торгівлі та появу великої кількості конкурентів в даній галузі, слід звернути увагу на впровадження інновацій саме в сферу електронної комерції та досвід китайських компаній як одних з лідерів цього ринку.

Список літератури:

1. Ілляшенко С. М. (2010) Інноваційний менеджмент : підручник / С. М. Ілляшенко. Суми : ВТД – Університетська книга: 2013. 334 с.
2. Ілляшенко С. М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : моногр. / За ред. д. е. н., професора С. М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. 615 с.
3. Тарнавська Н. П. Управлінські інновації у забезпеченні конкурентоспроможності суб'єктів господарювання України. Управлінські інновації. 2012. № 1. С. 42-43.
4. Електронна комерція [Електронний ресурс]/ 2019. - Режим доступу до ресурсу: <https://e-commerce.com.ua/>
5. Китайські косметичні компанії впроваджують” доповнену реальність “ [Електронний ресурс]/ 2019. - Режим доступу до ресурсу : <http://ua.wzserc-elec.com/news/distributor-23698317.html>
6. Що таке доповнена реальність? [Електронний ресурс]/ 2019. - Режим доступу до ресурсу : <http://teach-hub.com/scho-take-dopovnena-realnist/>

Кулага О.Ю. (магістрантка)

ІНСТРУМЕНТИ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ТА ДИНАМІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Актуальність дослідження полягає в тому, що в умовах глобалізаційних трансформацій, інноваційних перетворень та тенденції до поступового впровадження штучного інтелекту - Україні дуже важливо досліджувати сучасні світові тенденції в галузі інноваційта переймати досвід більш розвинутих країн задля подальшого конкурентного розвитку в усіх галузях національного господарства та успішній інтеграції у міжнародний торговельний простір.

Нещодавні події в світі, а саме : пандемія, економічна криза, зміни клімату – показали, наскільки країни пов'язані між собою та взаємозалежні. Ці процеси гальмують розвиток міжнародної торгівлі, а отже країнам слід шукати шляхи переходу у віртуальний простір торгівлііз зарубіжними партнерами задля задоволення своїх національних інтересів за умов закриття кордонів та посилення протекціоністських тенденцій.

є вивчення провідного світового досвіду віртуалізації міжнародних торговельних відносин на прикладі Китайської Народної Республіки, яка вже сьогодні монетизує мобільні додатки для спрощення електронної торгівлі; пропонує нову послугу - цифрового гаманця, вбудованого в акаунт кожного користувача, яка дозволяє здійснювати мобільні платежі в магазинах і відправляти гроші між контактними особами, та розробка рекомендацій стосовно можливостей та перспектив перенесення ефективного досвіду віртуалізації міжнародної торговельної діяльності у практику національної економіки України.

У результаті дослідження, нами з'ясовано, що Україна посіла лише 47 місце у глобальному рейтингу інновацій (GlobalInnovationIndex) у 2019 році, що свідчить про необхідність запозичення досвіду інших країн. З іншого боку, світове господарство налічує понад 200 держав, і 47-ма позиція України у цьому рейтингу за міжнародними експертними оцінками надихає на динамічний розвиток країни на світовому ринку інноваційних ідей. Перші позиції рейтингу посіли такі країни, як Швейцарія, Швеція, США та Китай, отже саме досвід цих країн нам необхідно досліджувати.[1]

За даними агентства WolfganfDigital 2019, яке провело аналіз понад 250 мільйонів сесій на сайтах GoogleAnalytics, виручка від торговельних операцій, що здійснювалися за допомогою мобільних пристроїв, у світі збільшилася на 23% у порівнянні з 2018 роком. На рис.1 представлено розподіл доходів у електронній торгівлі, отриманих з використання різних пристроїв[2].

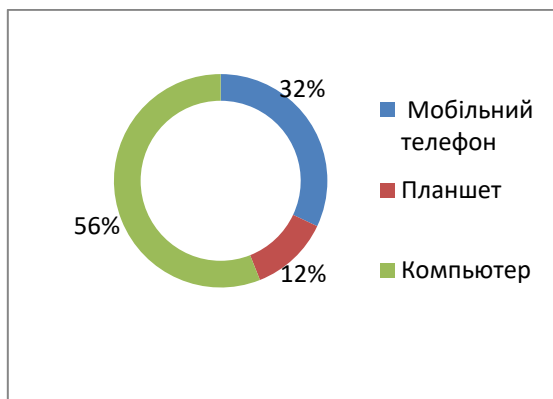


Рис. 1 - Розподіл доходів у електронній торгівлі, отриманих від операцій з використанням різних пристроїв у 2019р.

У 2020 році все більше компаній переходить на роботу з такими додатками як Viber, WhatsApp та WeChat. Користуючись цими додатками, підприємства замість спілкування з клієнтами електронною поштою – підключають приватні діалоги та групи для обміну повідомленнями та проведення транзакцій. Деякі додатки, такі як Venmo, PayPal вже дають змогу користувачам переказувати кошти своїм партнерам по бізнесу, що значно спрощує та пришвидшує ділове спілкування та співробітництво.

Мидослідили досвід Китаю – світового лідера за інноваційним розвитком та темпами зростання торгівлі, у використанні мобільного додатку WeChat для віртуалізації та спрощення міжнародної торгівлі. WeChat - це додаток, розроблений китайськими програмістами, що поєднує функції Twitter, WhatsApp та Facebook. Найголовніша функція, що є зручною для підприємств – можливість здійснювати грошові перекази та наявність платіжної системи. Китайські розробники вбудували в акаунт кожного користувача WeChat Payment, що являє собою віртуальний гаманець, який дає змогу виконувати мобільні платежі в магазинах та перераховувати кошти між користувачами, не виходячи з дому.

Схема дії додатку проста: користувач поповнює свій баланс, прив'язуючи свій обліковий запис із дебетовою картою або через платежі від інших контактів. Магазины централізовано підключаються до системи WeChat Pay, всі операції проходять через основні сервера додатків, а оплата здійснюється шляхом переказу грошей на акаунт продавця. Покупець може придбати товар, не виходячи з соціальної мережі, за допомогою кількох кліків.

Отже, підсумовуючи, слід зазначити, що найрозвинутіші країни світу кожен рік дивують нас інноваціями, які створені аби спростити життя та ще більше прискорити темпи розвитку взаємодії суб'єктів міжнародних торговельних відносин. Безліч онлайн додатків вже впроваджені у сферу міжнародної торгівлі, одним з яких є досліджений нами WeChat.

Спираючись на досвід Китаю, вважаємо доцільним розглядати впровадження таких додатків для проведення торговельних операцій як між українськими

торговими партнерами та іноземними колегами, так і споживачами та великими торговими представниками, як Eldorado, Zara, тощо.

Список літератури:

1. Офіційний звіт WorldIntellectualPropertyOrganization [Електронний ресурс]- Режим доступу : <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>
2. Звіт агентства WolfganDigital 2019 [Електронний ресурс]- Режим доступу: <https://www.wolfgangdigital.com/kpi-2019/>

Ладивір Марек (магістрант)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ РОЗВИНУТИХ КРАЇН СВІТУ

На початку XXI століття в умовах глобалізації торговельні взаємовідносини між країнами стають одним з ключових факторів зростання їх економік. Отже, дослідження особливостей розвитку та основних характеристик логістичних систем розвинутих країн світу є важливим питанням в контексті інтеграції України у логістичну систему Європейського союзу (ЄС).

Загальні проблеми формування логістичних систем досліджено багатьма зарубіжними вченими, серед яких Д.Бауерсокс, Д.Клосс, Д.Ламберт, С.Ленглі, К.Мельцер, І.Шнайдер та ін. Значний вклад в розвиток теорії управління логістичними потоками внесли Б.О. Анікін, Л.М. Бухаріна, М. Ю. Григорак, В.М. Колосок, Є.В. Крикавський, М.В. Макаренко, М.А. Окландер, М. В. Румянцев, Д. Уотерс, Дж. Хескетт та інші.

Необхідно відмітити, що особливості логістичної системи Європейського регіону впливають, перш за все, зі специфічних взаємин країн-учасниць Європейського союзу. Спільними зусиллями члени ЄС вирішують проблеми, які накопичуються, розробляють загальну для держав стратегію і тактику.

Логістична система ЄС відповідно до географічного масштабу не є настільки великою, як в північноамериканському регіоні, але за внутрішньо

союзними характеристиками є досить складною і неоднозначною: різноманіття культур, мов, політичних і економічних систем, які в цілому і обумовлюють собою комплекс різних бар'єрів.

Сучасний ринок логістичних послуг країн ЄС має позитивну динаміку розвитку. Так, лише за 2019 рік сукупний дохід від наданих логістичних послуг, у країнах ЄС склав 700 млрд. євро. Тільки на Німеччину припадає 170 млрд.євро. Це пояснюється тим, що в цій державі логістика займає третє місце за обсягами виробництва після торгівлі та автомобілебудування. У секторі логістичних послуг задіяні 2,6 млн осіб, в Нюрнберзі, наприклад, чисельність зайнятих в цій сфері досягає 30 тис. працівників [1].

В той же час, відмітимо, що саме Азійсько-тихоокеанський регіон, в даний час є світовим лідером ринку логістичних послуг та полюсом економічної могутності. Основні драйвери Японія, Китай з Гонконгом, Південна Корея, Тайвань, Сінгапур, Австралія і Нова Зеландія - лідери світової економічної системи. Про це свідчать такі показники: частка регіону в сумарному світовому ВВП збільшилася з 4% в 1950-му до 25% в 1995 р., і, за прогнозами, 40 - 50% цей показник може скласти до 2025 р. (рис.1).

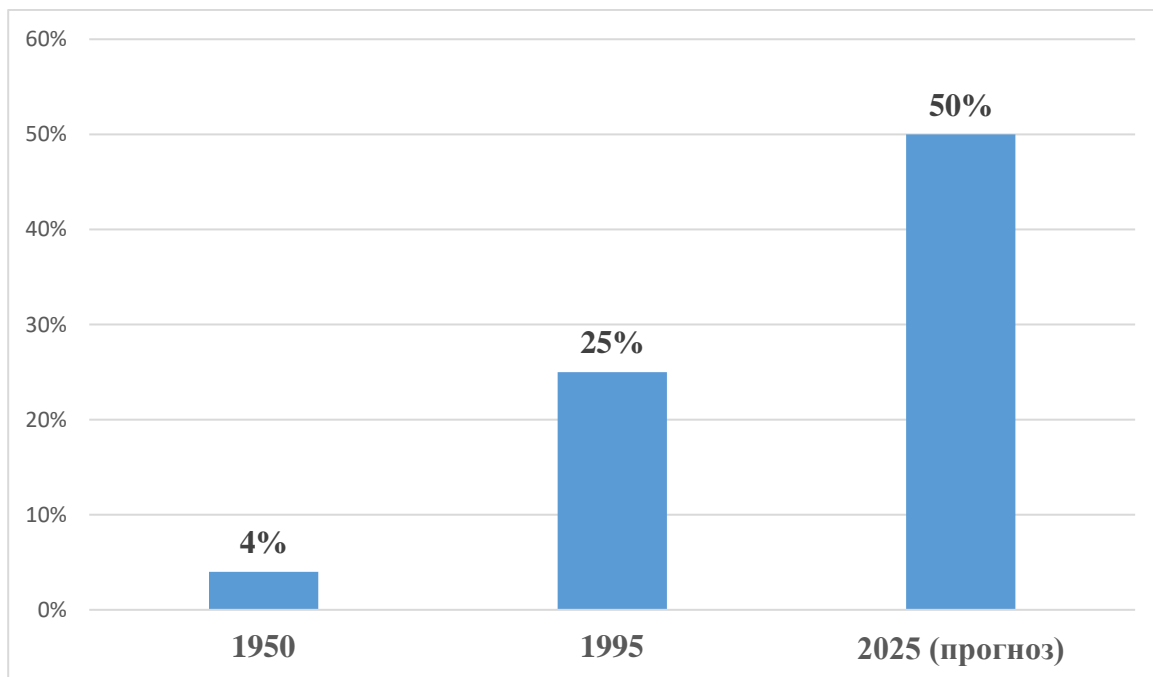


Рис. 1 Частка Азійсько-тихоокеанського регіону в сумарному світовому ВВП[1]

Економіка багатьох країн Азійсько-тихоокеанського регіону (АТР) характеризується експортною спеціалізацією і продуктивним сільськогосподарським виробництвом. Виключно сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій створюються тут в зв'язку з низькою орендною платою за землю і дешевою робочою силою.

Значною є орієнтація економіки на малий і середній бізнес, тому вона найбільш пристосована для перетворень і нововведень. В АТР концентрується значний інвестиційний і торговий капітал, що вказує на наявність в регіоні одного зі світових фінансових центрів. Держави з преференційним режимом (Гонконг і Сінгапур) демонструють процвітаючі комунікаційні полюса, що знаходяться на перетині потоків інвестиційного і торгового капіталів. Успішні також держави Тайвань і Японія [2, с.68].

Зазначимо, що відмітною ознакою логістики регіону є використання при організації вантажоперевезень в значній мірі морського і повітряного транспорту. Ці різноманітні елементи логістичного ланцюга для будь-якої країни набувають підвищеної ваги.

Таким чином, сьогодні, помітно підвищується вплив зовнішніх факторів на розвиток підприємств, відбувається глобалізація більшості ринків, посилення взаємозв'язку не тільки окремих організацій, а й національних економік в цілому, що відзначається зростанням питомої ваги сфери послуг у валовому продукті як промислово розвинених, так і країн, що розвиваються. При цьому розвиток логістики спонукає виробників товарів і послуг змінювати свою реакцію на зростання потреб ринку споживання, що призводить до формування нових видів логістичних систем та починають розвиватися нові логістичні підходи в управлінні господарською діяльністю.

Список літератури:

1. Глобальні логістичні системи Америки, Європи, Азії [Електронний ресурс]. Електрон. дан. Режим доступу: <http://contrast54.ru>.
2. Комар Н. В. Зони вільної торгівлі: еволюція і ефекти для країн-учасниць / Н. В. Комар // Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2018. № 1. с. 68.

СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ БЛОКЧЕЙН -ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПОСЛУГИ

З розвитком інформаційних технологій і цифрової економіки можна спостерігати появу значної кількості інноваційних напрямків в різних сферах економіки, деяким з яких пророкують бути революційними. Одним з таких явищ є блокчейн-технологія, яка наразі активно розвивається.

Блокчейн - найпотужніша інновація, яка здатна змінити безліч аспектів людського життя. Використання даної технології дозволить істотно забезпечити роботу, спростити узгодження рішень, оптимізувати витрати на організаційні процеси і підвищити ефективність управління. Блокчейн відноситься до тих технологій, впровадження яких може запустити ланцюгову реакцію змін у бізнес-моделях і процесах, ланцюгах поставок і відносинах компаній з клієнтами у всіх секторах світової економіки.

Серед областей застосування блокчейн експерти, перш за все, виділяють фінансову і банківську. Технологічні рішення, які на основі блокчейн здатні революціонізувати фінансову систему, активно розробляються. Наприклад, розрахунки між юридичними і фізичними особами, міжбанківські розрахунки, платежі, кредитні історії, цінні папери. Якщо блокчейн – технологія замінить лише незначну частину таких операцій, ефективність фінансової сфери кардинально зміниться.

Найвідомішою областю застосування блокчейн є грошові перекази на основі Біткоїн і інших криптовалют. Біткоїн навіть більш відома валюта, ніж технологія, яка лежить в її основі. Хоча ажіотаж навколо Біткоїн дещо охолов, блокчейн-технологія залишається привабливою завдяки більш низьким витратам, яку вона забезпечує сторонам глобальних тимчасових транзакцій.

Великі очікування пов'язують з розвитком і застосуванням блокчейн-технології в охороні здоров'я. Безпека технології ідеально підходить для розробки більш надійних способів зберігання і аналізу медичних даних із забезпеченням їх

конфіденційності і можливістю отримувати економічну компенсацію за їх використання в наукових дослідженнях [2, с.275]. Gordon W., Wright A. і Landman A. [3, с.12] запропонували створити глобальну систему електронних медичних карт в зашифрованому розподіленому реєстрі, що синхронізується з величезною мережею та гарантує безпеку даних і конфіденційність. Система передбачає доступ до медичних карт тільки за закритим ключем. Ця інформація наводиться в роботах зарубіжних дослідників: Кuo Т., Kim H., Ohno-Machado L. [4, с. 1211], Skiba D.J. [7, с. 220], а також у працях Цветкової Л.О. [2, с. 275].

Перспективним бачиться застосування блокчейн-технології і в такій соціально значущій сфері діяльності людини, як вища освіта. Sharples M., Domingue J. [6, с. 490] в своїх роботах пропонують використовувати блокчейн для зберігання інформації про успішність студентів, досвід роботи, про наявність сертифікатів онлайн-навчання – все це є особистою картою студента. Tapscott D. і Tapscott A. [8, с.11] стверджують, що блокчейн-технологія сприяє зменшенню підробки наукового ступеня, за допомогою зберігання даних студента в розподіленому реєстрі, які перевіряються, є незмінними і заслуговують довіри.

Стрімке освоєння блокчейн-технології в різних галузях діяльності не залишило без уваги державне управління. Будучи складним і інертним механізмом, державний сектор залишається при цьому централізованою системою. Блокчейн-технологію використовують для найбільш ефективного, дешевого і персоналізованого надання послуг, що традиційно надаються державними органами.

Особливо великі очікування від використання блокчейн-технології в поєднанні з іншими технологіями, наприклад, з Інтернетом речей (IP). Експерти ІВМ [5] вважають, що блокчейн стане основою для більш легкої взаємодії між пристроями, коли кожен здатний управляти своєю власною поведінкою і ролями, що призведе до створення «Інтернету децентралізованих, автономних речей» і, отже, дозволить забезпечити демократизацію цифрового світу.

Таким чином, можна зробити висновок, що результатом впровадження блокчейн-технології стане автоматизація процесів виробництва та надання послуг, що призведе до епохи цифрових контрактів і безпаперових операцій, значної економії ресурсів.

Список літератури:

1. Цветкова Л.А. Перспективи розвитку технології блокчейн в Росії: конкурентні переваги та бар'єри // Економіка науки. - 2017. - Т. 3., № 4. - С. 275-296.
2. Gordon W., Wright A., Landman A. Blockchain in health care // New England Journal of Medicine Catalyst. – 2017. – 12 p
3. Kuo T., Kim H., Ohno-Machado L. Blockchain distributed ledger technologies for biomedical and health care applications // Journal of the American Medical Informatics Association. – 2017. – Vol. 24, № 6. – P. 1211-1220
4. Leading the pack in blockchain banking Trailblazers set the pace [Electronic resource] / IBM Institute for Business Value survey conducted by The Economist Intelligence Unit. – 2016. – URL: <https://www.ibm.com/downloads/cas/PA8V4RMX>
5. Sharples M., Domingue J. The Blockchain and Kudos: A Distributed System for Educational Record, Reputation and Reward // Adaptive and adaptable learning. – 2016. – P. 490–496.
6. Skiba D. J. The potential of Blockchain in education and health care // Nurs Educ Perspect. – 2017. – Vol. 38, № 4. – P. 220–221.
7. Tapscott D., Tapscott A. The blockchain revolution and higher education // Educause Review. – 2017. – Vol. 52, № 2. – P. 11-24.

Мельниченко І. В. (магістрант)

СУЧАСНІ МОТИВИ РОЗШИРЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

Процес освоєння міжнародного економічного середовища підприємствами характеризується появою нових і складних завдань, які пов'язані з пристосуванням до турбулентних політико-економічних умов ведення бізнесу, трансформацією споживчих потреб та запитів інших учасників зарубіжних ринків. Освоєння зарубіжного ринку потребує певних знань і розуміння ситуації. Вихід на міжнародний рівень надає багато переваг і можливостей для підприємства, вимагаючи при цьому повного розуміння цілей, можливостей та власних конкурентних позицій[1].

Підстави для виходу підприємства на зовнішній ринок краще розглядати починаючи від глобальних тенденцій і закінчуючи власними внутрішніми мотивами. Крім цього, ще одним окремим важливим рівнем є національні інтереси. Таким чином, прагнення фірм до збільшення прибутків та обсягів продажів, розширення клієнтської та партнерської бази, отримання нових знань та досвіду, диверсифікації виробництва та ризиків, постійного моніторингу потреб споживачів, зміцнення конкурентних позицій та формування міцного корпоративного бренду призводить до регіональної інтеграції національних підприємств.

В свою чергу, держава також мотивує національних виробників розширювати ринки збуту шляхом надання як фінансових стимулів, так і маркетингової підтримки суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. До глобальних мотивів виходу компаній на зарубіжні ринки варто віднести процеси глобалізації та економічної інтеграції, мережевізації світової економіки та міжнародні кризи, які спонукають підприємців до пошуку нових важелів впливу на споживачів[2]. Отже, на наш погляд, мотиви розширення меж діяльності компанії можна розділити на корпоративні, національні та глобальні. (Табл. 1.1).

Отже, міжнародні ринки в останній час дуже швидко розвиваються та трансформуються, і дуже часто компанії вимушені максимально швидко реагувати на зміни зарубіжного середовища. Крім того, існує безліч власних індивідуальних мотивів, які обумовлені специфікою функціонування галузі і ринку в цілому, що спонукають до розширення і відкриття зарубіжного представництва. Коли місцевий ринок вже насичений, це, очевидно, є однією з головних причин, чому діючі на ньому компанії повинні розглянути можливість виходу на зовнішні ринки. Пошук потенційно нових ринків збуту – це завжди можливість збільшити прибуток. Усі фактори поступово штовхають підприємство розширяти своє виробництво і навіть при «ідеальних» умовах на внутрішньому ринку завжди є мотиви, які будуть змушувати відкривати іноземні представництва[3].

Мотиви розширення міжнародної діяльності компаній

Мотиви	Ключові елементи
Корпоративні	Збільшення прибутку
	Максимізація обсягів продажу
	Розширення споживчої аудиторії
	Стагнація внутрішнього ринку
	Виробництво сезонної продукції
	Наявність ексклюзивної продукції/технології
	Пошук нових ділових зв'язків
	Моніторинг потреб споживачів
	Диверсифікація виробництва та ризиків
	Отримання нових знань
Формування бренду компанії	
Національні	Політична та економічна нестабільність
	Державні пільги/субсидії
	Державна маркетингова підтримка
	«Потужний» національний бренд
Глобальні	Глобалізація
	Економічна інтеграція
	Мережевізація глобальної економіки
	Уніфікація споживчих потреб

Джерело: розроблено автором на основі [2]

Список літератури:

1. Biggs, R.P. 10 reasons to go international. URL: http://choosewashingtonstate.com/wp-content/uploads/2013/06/10_Reasons_to_go_International.pdf
2. Антонюк Л., Черкас Н., Глобальна економічна мережевізація у конкурентному зростанні країн. Міжнародна економічна політика. 2019. №2(31). С. 82-100.
3. Onyusheva. I., Quah Yen Ting, Kaewpradit P., Changjongpradit E.E., Key reasons why organizations enter foreign markets. <https://euraseans.com/index.php/journal/article/view/108/103>

ІНФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ФАКТОР В МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ХХІ СТОЛІТТЯ

Сучасний етап розвитку суспільства називають постіндустріальним або інформаційним. Таким чином головним виробничим ресурсом виступають не традиційні промислові виробництва, а інформація. В економічній діяльності країн світу в останні десятиріччя відбулися значні зміни, під впливом інформаційно-технологічної революції виник такий феномен як інформаційна економіка.

Проте, не зважаючи на значний вплив, сутність поняття «інформаційна економіка» не є однозначним. Існує безліч визначень до поняття проте єдиного, уніфікованого поняття яке б підходило для всіх країн світу сьогодні знайти складно. Процес наукових досліджень інформаційної економіки та її впливу на суспільство, на сфери економіки, на зміни в кваліфікаційній структурі зайнятих в економіці та на багато інших сфер економіки та життя суспільства, розпочався в 70-90-х роках минулого століття іноземними дослідниками. Результатом цих досліджень постало загально визнане визначення (за кембриджським словником): інформаційна економіка – це економіка, в якій знання, інформація та послуги є більш цінними ніж виробництво [1]. Проте результати досліджень, прогнози та перспективи розвитку інформаційної економіки західних вчених не враховують соціально-економічні особливості, суперечності та інформаційний рівень країн, які знаходяться в процесі розвитку економіки.

Досить цікавим є визначення інформаційної економіки вітчизняного дослідника Маслова А.О., на його думку: Інформаційна економіка (information economy) – це економіка, що утворилася на поєднанні і охоплює елементи традиційної, мережевої та економіки знань, і утворила свої особливі змістові елементи, заснована на інформації і знаннях [2]. Це визначення придатне для всіх країн світу, не зважаючи на рівень розвитку інформаційних технологій. Єдиною змінною буде розмір інформаційної економіки в економічній системі країн,

враховуючи частку інформаційних технологій, що використовуються в економічній діяльності.

Інше цікаве визначення поняття “інформаційна економіка” надає вітчизняний дослідник Малик І.П. На його думку інформаційна економіка – це такий тип економіки, де продуктивність і конкурентоспроможність господарюючих суб’єктів залежать головним чином від їх здатності генерувати, обробляти й ефективно застосовувати інформацію, засновану на знаннях. Також інформаційну економіку можна визначити як економіку, в якій інформація є валютою та продуктом [3]. Загалом це поняття є більш конкретнішим, проте не втрачає свою актуальність для різних країн враховуючи їх соціально-економічні особливості.

Щодо ролі інформаційного фактора в міжнародній економічній діяльності слід зазначити, що підприємництво не можливе без конкуренції, щодня підприємства конкурують на внутрішньому та на зовнішньому ринках за обмежений обсяг платоспроможного попиту. В таких умовах інформаційний фактор відіграє важливу роль в захопленні частки ринку. Коли ми говоримо про внутрішній ринок, то тут не настільки складно адаптуватися, адже загальний рівень інформаційного розвитку є однаковим. Проте, коли підприємство вирішує вийти за межі внутрішнього ринку, воно стикається з неоднорідністю ринку, коли на ринку присутні великі кількості гравців, рівень інформаційного розвитку яких знаходиться на значно вищому рівні ніж рівень інформаційного розвитку на внутрішньому ринку. Таким чином підприємствам слід швидко адаптуватися, а ще краще підготуватися до виходу на ринок, до умов щоденної боротьби та постійного розвитку інформаційної системи підприємства. Сьогодні компанії збирають інформацію легальним та нелегальним шляхами задля отримання переваги над конкурентами. За допомогою інформації компанії будують конкурентні стратегії, за допомогою яких вони будуть успішнішими за своїх конкурентів. Для її вироблення компанія має застосувати такий алгоритм дій: проаналізувати зовнішнє середовище, проаналізувати цільовий ринок та

визначити конкурентні переваги. Крім того, компанії мають отримати та проаналізувати іншу інформацію, наприклад про стан ринку праці та державне регулювання. Для отримання та аналізу цієї інформації компанії витрачають величезні ресурси та відкривають організаційні структури, що займаються збором та обробкою великих масивів інформації як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Найбільш важливим є те, що отримана інформація повинна бути достовірною та своєчасною, тільки тоді підприємства зможуть конкурувати на зовнішніх ринках успішно.

Проте, не всі компанії можуть дозволити утримувати великий штат працівників, який буде займатися пошуком та обробкою великих масивів даних. Саме тому сьогодні існує ринок інформаційних послуг, компанії якого надають широкий асортимент послуг, пов'язаних з аналізом даних та надання консультацій. Крім того в усіх країнах світу існують специфічні інститути, які допомагають підтримувати та підвищувати конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках за рахунок всебічної допомоги при здійсненні міжнародної економічної діяльності. Такою специфічною організацією є торгово промислова палата.

В останні роки Україна робить значні кроки у розвитку інформаційної економіки. Українські програми «Уряд в смартфоні» та «Економіка в смартфоні» є найбільшим доказом прагнення України до технологічного та інформаційного розвитку. Проте цей шлях досить тривалий та складний й вимагає, значних ресурсів. Проте підвищення рівня інформаційного розвитку українських підприємств значно підвищить рівень конкурентоспроможності на світових ринках у майбутньому.

Список літератури:

1. Кембріджський словник [Електронний ресурс] – Режим доступу: dictionary.cambridge.org
2. Маслов А.О. Структура інформаційної економіки та її місце в сучасній господарській системі// Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова Серія 18:

Економіка і право №20-7ст.- Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_018_2012_20_3.

3. Малик І. П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні / І. П. Малик // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер. : Економіка і менеджмент. № 1. – 27 ст.. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsuem_2013_1_5.

4. Бажал Ю. "Інформаційна економіка" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/123456789/2430/1/BazhalInformatsiyua_ekonomika.pdf.

5. Терехов В.І., Одягайло Б.М. Роль інформаційного фактора в у формуванні переваг на конкурентних ринках// Вчені записки Університету «КРОК» №4(52)-2018- 36-44 ст.- Режим доступу: <https://library.krok.edu.ua/ua/kategoriji/statti/902-rol-informatsiinoho-faktora-u-formuvanni-perevah-na-ievropeiskykh-konkurentnykh-rynках>

Музика О. Ю. (магістрант)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ В МІЖНАРОДНІЙ КОМПАНІЇ

У сучасних умовах без впровадження ефективних методів залишається неможливим досягти стабільних умов для ведення бізнесу як в нашій країні, так і в економіках зарубіжних країн. Доволі важливим аспектом є ґрунтовне та глибинне розуміння процесу реалізації продукції, що впроваджується через посередників. Отже, доцільним є вивчення за каналами розподілу на основі зарубіжного досвіду для ефективного його застосування на національних ринках. Саме ефективно сформована система каналів розподілу дає змогу досягати унікальних конкурентних переваг, створює бар'єри для проникнення конкурентів на ринок, зміцнює відповідну конкурентну позицію, а звідси і збільшує прибуток підприємства.

Варто зазначити, що формування міжнародних каналів розподілу є складним і багаторівневим процесом, що передбачає вирішення низки організаційно-економічних питань, зокрема, у сферах:

1) дослідження умов ведення бізнесу та оцінювання факторів застосування управлінських заходів у системі міжнародного розподілу;

2) оптимізації структури міжнародної системи дистрибуції на міждержавному (макро) та внутрішньо корпоративному (мікро) рівнях;

3) визначення критеріїв відбору учасників дистрибуційних ланцюгів та забезпечення їх реальних економічних інтересів;

4) розвитку тактики ефективної діяльності інтернаціоналізованих каналів;

5) поділу та географічної локалізації інтеграційних намірів учасників логістичної сфери;

б) створення глобального механізму менеджменту у сфері реалізації завдань міжнародного розподілу.

Структуризація міжнародних каналів розподілу передбачає різні типи взаємовідносин між його учасниками, які формуються у процесі глобалізації ринкового середовища. Це визначається глибиною охоплення та інтенсивністю реалізації елементів системи інтернаціоналізованого розподілу.

Загалом, визначення структури каналів передбачає, перш за все, конкретизацію та впорядкування кількості та видів учасників (постачальників, партнерів кооперації, посередників). Важливими елементами також є порівняльне оцінювання потенціалу альтернатив, методу покриття ринків (інтенсивний, вибірковий або ексклюзивний), багаторівневості (довжини) і діапазону функцій у каналі (ширини), доступу і можливостей контролю, інтеграційну взаємодоповнюваність та субституцію.

Таким чином, взаємодія між співучасниками логістичного ланцюга, незалежно від їх місця в глобалізованому господарському процесі, має відповідати декільком важливим загальним управлінським принципам: дотримання пріоритетів господарської діяльності, раціонального задоволення економічних інтересів суб'єктів, визначеністю структури і напрямків товарних потоків, співвідношенням стабільності та змінюваності зв'язків, пропорційності тощо.

В той же час, ігнорування базових управлінських принципів у системі поставок знижує її ефективність і, відповідно, робить неможливим повноцінне задоволення економічних інтересів учасників міжнародного розподілу.

Концептуально структуризація міжнародних каналів розподілу означає якісне і кількісне удосконалення механізму їх функціонування на основі застосування управлінських принципів міжнародного маркетингу як на рівні стратегічного аналізу, так і в процесі реалізації оперативно-тактичних заходів. Залежно від специфікації господарських операцій економічних суб'єктів та їх підрозділів на макро- і мікрорівнях канали розподілу можуть виступати і як самостійні напрями господарської діяльності, і як підпорядковано-допоміжні функції інших економічних процесів, що потребує подальшого деталізованого аналізу та оцінювання результаті.

Отже, спираючись на зарубіжний досвід, українські підприємства роблять поки що лише перші кроки у формуванні ефективних механізмів реалізації управлінських засад системи міжнародного розподілу у різних сферах підприємницької діяльності – виробничій, складській, закупівельній збутовій, комерційній, транспортній, інформаційній, фінансовій.

Список літератури:

1. Холленсен С. Глобальний маркетинг / Пер. с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевича. – Мн.: Новое знание, 2004. – 832 с.
2. International and global marketing: concepts and cases / [edited by] Tailor W. Meloan, John L. Graham. – 2nd ed. Irwin / McGraw-Hill, USA, 1998. – 439 p.
3. Економіка логістичних систем: моногр. / М. Васелевський, І. Білик, Є. Крикавський та ін. – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2008. – 596 с.
4. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: моногр. – К., 2005.
5. Kotler P., Armstrong G. Principles of marketing, Tenth edition. Pearson education Ltd – Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ 07458, USA, 2004.

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Ринок будівельних послуг вирізняється своєю комплексністю та темпами розвитку. Провідні девелоперські групи та компанії забудовники здатні розробляти та втілювати найсміливіші архітектурні та урбаністичні проекти, що можуть вразити та привернути увагу потенційних покупців своєю унікальністю та інноваційним підходом. Проте, якогось універсального маркетингового комплексу саме для цієї ніші не існує, адже в основі будь-якої подібної стратегії лежить розуміння свого споживача.

Міжнародному маркетингу будівельних послуг присвячено чимало статей, серед них роботи Р.Б. Пейзера, І.І. Мазура, В.Д. Шапіро, Н.Г. Ольдерогге та інших. Хоча жоден з науковців й не сформував окремого визначення поняття «маркетинг нерухомості». Не складно здогадатися, що в його основу входили би такі рушії питання, як з'ясування потреб споживача, його фінансова спроможність, готовність витратити певну суму грошей, а також, що буде ключовим фактором, який змусить інвестувати в будівництво [1].

Метою даної статті є стислий огляд особливостей сфери міжнародного маркетингу на ринку будівельних послуг.

Ґрунтовним є аналіз Дж. Наранджо, Е. Пеллісер та В. Єспес [2], які проаналізували та визначили шість найважливіших факторів, враховуючи які можна повністю задовольнити потреби клієнтів, а саме: час, вартість, якість, орієнтованість ринку, комунікація та відповіді на негативний зворотній зв'язок.

Особливістю саме міжнародного маркетингу будівельних послуг є правильний вибір стратегії на ринку країни. Як і в будь-якій іншій сфері, міжнародний ринок несе багато незрозумілого, тому, важливо ознайомитися з ознаками та особливостями зарубіжного ринку, ключовими факторами успіху національних забудовників та бути готовими до коригування стратегій під впливом змін.

Варто зазначити, що маркетинговий комплекс застосовується на усіх етапах процесу будівництва: від розроблення проекту до виграшу тендеру, закупівлі сировини та пошуку партнерів, вибору стратегії компанії на ринку та інструментів комунікації [3].

Кульмінацією будь-якого об'єкта буде етап зрілості. Саме на етапі проведення внутрішніх робіт підприємства мають активно проводити маркетингові кампанії, задля ефективного просування об'єкта та знайомства із покупцем. Коректний підхід до цієї стадії та правильне розставляння наголосів на перевагах відіграє ключову роль [4].

О. Телетов, А. Граділь та М. Рудь провели глибокий аналіз і прийшли до висновку [3], що у кожній розвиненій країні внесок у розвиток будівництва становить не менше 20% від валового національного продукту, в той час як в Україні будівельні підприємства на порядку денному мають лише одне питання – виживання.

Ще однією перепоною в українській будівельній галузі є не комплексний підхід до застосування елементів маркетингу в діяльності своїх підприємств [3]. А все тому, що, в більшості своїй, компанії не розробляють свої стратегії самі, а намагаються пристосуватися до трендів, які мають іноземні партнери, тим самим розбавляючи фокус від одного чіткого плану до багатьох елементів неузгодженого плану дій.

Отже, можна доволі прогнозовано говорити, що маркетинг на ринку будівельних послуг є ні на йоту менш важливим, аніж в інших сферах виробництва та торгівлі. Як і в усіх інших галузях він здатен «продати» проект, саме тому до процесу розробки стратегії варто підходити настільки ж комплексно, як і до розробки самого архітектурного проекту.

Список літератури:

1. Іванченко А.М. Особливості маркетингу в сфері будівництва та ринку нерухомості. м. Київ / Національний університет водного господарства та природокористування, Київ, 2008, с. 84-92.
2. G. Naranjo, E. Peliccer, V. Yepes. Marketing in the construction industry: state of knowledge and current trends. [Електронний ресурс] – 2011 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.redalyc.org/pdf/496/49621159030.pdf>

3. Телетов О.С., Граділь А.А., Рудь М.П. Інноваційна маркетингова діяльність у житловому будівництві. м. Суми / Сумський державний університет, Суми, 2015, с. 33-46

4. M. Mokhtariani, M.S. Sebt, H. Davoudpour. Construction marketing: developing a reference framework. [Електронний ресурс] – 2017 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.hindawi.com/journals/ace/2017/7548905/>

Пакунова К.Г. (студентка 4 курсу)

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ ЕКОНОМІКИ СПІЛЬНОЇ УЧАСТІ В ЛОГІСТИЦІ

У сучасному світі економічна модель шерингової економіки (*англ.* sharing economy, економіка спільної участі), якій характерний динамічний розвиток, є однією з найбільш швидкозростаючих. Таку модель вже встигли освоїти найбільш гнучкі сфери бізнесу (оренда житла, каршерінг, фудшерінг), і зараз економіка спільної участі почала проникати і в сегмент транспортної логістики. З огляду на динамічне зростання шерингової економіки і прогнозів PwC по збільшенню оборотів шерингових сервісів до \$ 300 млрд. до 2025 року, стає очевидно, що логістика має все більше перспектив перебудуватися на нову модель роботи.

Сьогодні модель економіки спільної участі є невід'ємною частиною ринку, але використання цієї моделі в логістиці і ланцюгах поставок ще не є широко поширеним і переваги цієї моделі можна вважати кілька недооціненими. У зв'язку з цим, існує необхідність в детальному розгляді стримуючих факторів і аналізі перспектив, які дана модель може відкрити у сфері логістики.

Шерингова економіка – це певна система, заснована на спільному користуванні людськими та фізичними ресурсами [1]. У сфері логістики ця система має на увазі зміни способу транспортування товарів і створення якісної інфраструктури для забезпечення високої якості перевезень, що відповідають запитам клієнтів.

Одним з ключових напрямів використання шерингу в логістиці є оренда персоналу. На ринку зараз відчувається дефіцит кваліфікованого персоналу, що

заважає створити ефективний автопарк, особливо в B2C-сегменті для здійснення доставки останньої милі. Актуальною ідеєю є впровадження платформ для пошуку «персоналу на вимогу» для вирішення окремих завдань, наприклад, наймання працівників для доставки останньої милі (зараз такий варіант тестує Walmart) [2].

До того ж, ще одним напрямком може бути спільне використання транспортних потужностей. Воно може забезпечуватися використанням формату зворотного завантаження – тобто, матеріальні потоки повинні бути організовані так, щоб транспортний засіб проїжджав через пункти доставки і на кожному вивантажував вантаж і забирав новий. Згідно з дослідженнями, близько 50% вантажних автомобілів подорожують порожніми, тому формат зворотного завантаження дозволить підвищити завантаження транспорту, прискорити доставку і зменшити «холостий» пробіг в режимі реального часу [3]. Також поширеним прикладом може бути консолідація вантажів, тобто перевезення за допомогою одного виду транспорту «збірної» партії товарів із замовлень різних відправників. Для цього створюються інтернет-платформи (Freightos, Convoy), на яких об'єднуються оператори і клієнти. Збірні вантажі дозволяють скоротити витрати з огляду на те, що скорочуються витрати на склади для зберігання продукції, так як матеріальні потоки організовані у вигляді невеликих партій, які практично відразу розподіляються по точкам реалізації.

Крім цього, в логістиці можна впроваджувати повноцінне спільне використання складів. Створення складів спільного використання, де частки займаних площ визначаються внеском кожного учасника, вже застосовується в логістиці, але, на жаль, недостатньо ефективно. Це пов'язано з тим, що система недостатньо гнучка і клієнту виділяється фіксована площа на певний термін, але не враховується фактичне використання простору. Повноцінне спільне використання складів передбачає виділення надлишкової складської площі для використання клієнтів через цифрову платформу, яка буде показувати точне місце розташування на складі і доступне місце, а також передбачає впровадження

гнучкої системи оплати за фактичне використання простору.

Однак, існують певні складності, які стримують зростання шеринг-моделі в логістиці. Перш за все, стоїть питання щодо безпеки і прозорості. Для забезпечення високої якості обслуговування необхідно забезпечити збереження персональної та комерційної інформації при використанні шеринг-формату. Для того, щоб забезпечити безпеку і зробити логістичний процес максимально зрозумілим і прозорим, необхідна розробка IT-систем для відстеження і контролю всіх процесів в режимі реального часу.

Іншим аспектом є страхування. З огляду на те, що є ризик невиконання зобов'язань однієї зі сторін, компаніям потрібно приділяти більше уваги страхуванню при переході на спільну логістику. Крім цього, стримуючим фактором може бути різноманітність стандартів компанії, тому існує необхідність в створенні єдиних стандартів (що стосуються оплати і безпосередньо самої організації перевезень) для спільного використання ресурсами [4].

Економіка спільної участі може підвищити ефективність логістичних процесів і вирішити цілий ряд проблем - знизити витрати на транспорт, штат співробітників, складські приміщення. При цьому, для повноцінного і ефективного функціонування економіки спільного використання в сфері логістики необхідно розробити заходи по гарантуванню безпеки всіх учасників логістичного процесу, забезпечити прозорість і впровадити стандартизацію процесів.

Список літератури:

1. Görög G. The Definitions of Sharing Economy / Georgina Görög. – 2018.
2. Как новая модель помогает экономить отправителю и зарабатывать перевозчику [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: https://new-retail.ru/business/sharing_economy_v_logistike_kak_novaya_model_pomogaet_ekonomit_otpravitelju_i_zarabatyvat_perevozchi4828/.
3. Gesing B. DHL Report. Sharing Economy Logistics / Ben Gesing. – 2017. – С. 36.
4. Курб Д. Pwc отчет. Технологии финансовых услуг в 2020 году и в дальнейшем: революционные перемены / Джулиен Курб. – 2020. – С. 48.
5. Prosumer Report, The new consumer and the sharing economy. // HAVAS Worldwide. – 2018. – С. 154.
6. Google Trends: sharing and collaborative economy. // Google. – 2019.

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ЄС

Розвиток транспортно-логістичного сектору наразі є одним з найважливіших компонентів побудування успішних економічних відносин між Україною та Європейським Союзом. У сучасних умовах функціонування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України досить сильно залежить від розвитку транспортно-логістичної системи Європи як одного із основних чинників стабільного зростання росту економіки нашої країни. Водночас, географічне положення України створює передумови для того, що у проектах єврологістики вона займає важливе місце. Свідченням цього є високий серед країн ЄС транзитний рейтинг британського інституту Rendell – 3,75 бали.

Вступ України до міжнародних транспортних організацій і структур, ратифікація низки міжнародних угод, конвенцій та інших документів із питань організації транспортних систем і перевезень стали першими кроками, з яких почалася інтеграція українського транспортно-дорожнього комплексу в Європейську транспортну систему. Серед документів, які посприяли інтеграції України до Європейської транспортно-логістичної системи є такі, як наприклад, Програма створення та функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні (1998 р.); Комплексна програма затвердження України як транзитної держави в 2001–2010 рр. (2001 р.); Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період та до 2020 р. (2001 р.); План дій Україна – Європейський Союз, Політика сусідства (2005 р.); Програма формування Союзу, Політика сусідства (2006 р.); Програма формування мережі логістичних центрів у системі міжнародних транспортних коридорів України та ін.

Внаслідок включення до Транс'європейської опорної транспортної мережі (TEN-T) у 2018 році, Україна стала важливим учасником розбудови стратегічного

транспортного коридору у сполученні Європа – Азія. Співпраця спеціально спрямована на: покращення потоку пасажирів та вантажів; збільшення неперервності руху транспортних потоків між Україною, ЄС та третіми країнами; усунення адміністративних, технічних, транскордонних та інших перешкод; покращення транспортних мереж та модернізація інфраструктури.

Важливим кроком уряду у питанні інтеграції до транспортно-логістичної системи ЄС можна вважати приєднання України до спільних проєктів транскордонної інфраструктури «З'єднання Європи». Так, з березня 2019 р. Україна отримала можливість брати участь у спільних з державами-членами ЄС проєктах, що стосуються транскордонної інфраструктури.

Утім, найважливіший вплив на транспортно-логістичні відносини між Україною та ЄС має Угода про Асоціацію, ратифікована Україною у вересні 2014 р. Вона підняла нові питання для уряду України щодо впровадження системних реформ у транспортному секторі та наближення до 49 директив та положень ЄС.

До основних питань, яких торкається угода, належать умови співпраці у сферах торгівлі, встановлення нормативної бази щодо транспортних послуг, міжнародного морського транспорту, автомобільного, залізничного та внутрішніх водних шляхів, повітряного транспорту. Крім цього важливим аспектом є наближення українського законодавства до законодавства ЄС, координація процедур закупівель, що мають відношення до транспортної діяльності та сприяння екологізації та розвитку стійких транспортних систем.

Виконання зобов'язань у межах Угоди про Асоціацію Міністерством інфраструктури знайшло своє відображення і у розрізі актуальних подій сьогодення. Так, у жовтні 2020 року Мінінфраструктури розробило проєкти 11 базових законів та підзаконних актів у сфері транспорту на виконання Угоди. Серед фундаментальних, по яких вже очікуються зрушення – законопроєкти «Про внутрішній водний транспорт», «Про залізничний транспорт» і «Про

мультимодальні перевезення». Крім цього Міністерство наразі працює над приведенням до відповідності європейському законодавству законодавчих актів у сфері перевезення небезпечних вантажів і врегулювання ринку послуг автотранспорту.

Підсумовуючи, слід зазначити, що урядом України вже були зроблені деякі кроки для посилення інтеграції України до транспортно-логістичного комплексу України. Подальший розвиток транспортної інфраструктури України значною мірою визначається здатністю влади здійснювати системні інституційні зміни, спрямовані на проведення реформ у рамках Асоціації з ЄС та угоди DCFTA. Для посилення взаємодії України з ЄС у транспортно-логістичному секторі необхідним є створення сприятливих умов для розвитку підприємництва, здійснення децентралізації влади та завершення адміністративно-територіальної реформи, забезпечення подальшої лібералізації зовнішньоекономічної діяльності та підвищення ефективності використання фінансових ресурсів, виділених ЄС для підтримки економічних реформ у нашій країні.

Список літератури

1. Л.Харсун «Логістичне обслуговування товаропотоків між Україною та країнами ЄС». URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_4_12
2. Updated National Transport Strategy of Ukraine 2030. URL: <https://mtu.gov.ua/files/Zakupivli/Ukraine%20Transport%20Strategy%20Part%201%20-%20POLICY%20NOTE.pdf>
3. Тетяна Стройко, Віталій Боднар «Транспортна інфраструктура України: сучасні реалії та аперпективи розвитку». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transport-infrastructure-of-ukraine-the-modern-realities-and-development-prospects/viewer>
4. У Мінінфраструктури розробили 11 законопроектів на виконання Угоди про асоціацію. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3121466-u-mininfrastrukturi-rozrobili-11-zakonoproektiv-na-vikonanna-ugodi-pro-asociaciu.html>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ресторанний бізнес - це інтегрована сфера підприємницької діяльності, пов'язана з організацією виробництва і управлінням ресторану та спрямована на задоволення потреб населення здоровою і смачною їжею [1]. Власники ресторанів завжди відстежують вподобання споживачів, а шеф-кухарі створюють нові смаки страв, тим самим задають нові тренди в ресторанному бізнесі.

Наразі існує багато тенденцій в міжнародному ресторанному бізнесі, можна виокремити такі з них: еко-тренд, автоматизація етапів роботи ресторану, модель закладу «fixed price», розвиток фуд-холлів, онлайн-замовлення та доставка їжі.

Перша тенденція - це еко-напрямок в ресторанному бізнесі. Через погіршення кліматичної ситуації по всьому світу все більше людей почали перейматись питанням забруднених океанів та великим надлишком пластикової продукції, яка не переробляється, в тому числі власники ресторанів та споживачі [2].

Таким чином, деякі заклади наразі використовують бамбукові або паперові соломинки для напоїв, які потім підлягають переробці та не шкодять екології. Кав'ярні роблять знижку на напої «з собою» в паперовому стаканчику або у власному стакані, принесеному з собою. Також все більше розвивається «мода» на здорове харчування та еко-продукти. [3]

Якщо близько 10 років тому було важко знайти безлактозне молоко, безглютенову продукцію або купити фермерський сир та овочі з городу, то зараз це є дуже розповсюдженим явищем. Молоде покоління населення все більше піклуються про власне здоров'я. Вони готові заплатити більшу суму за страву, яка буде з великим вмістом корисних продуктів, аніж вхопити хот-дог.

Такі зміни не могли пропустити і ресторатори. В меню з'являється більше салатів, акцентуючи увагу на натуральному складі страви, а офіціанти пропонують

гостям м'ясо, яке має витримку та особливий спосіб приготування, адже це є тою особливістю закладу, якою власник та шеф-кухар пишуться.

Швидкі темпи розвитку технологічного прогресу дають змогу ще цікавіше розвиватись ресторанному бізнесу. Таким чином, можна виокремити ще одну популярну тенденцію – автоматизація процесів в роботі ресторанного бізнесу.

В закладах з'являється так зване «цифрове меню». Аби не витратити ресурси планети на паперове меню, яке регулярно потребує заміни, через швидку «зношуваність», все більше закладів переходять на електронні меню за допомогою QR-кодів. За допомогою QR-кодів заклади можуть не тільки запропонувати меню гостю, але й розповісти про історію закладу, особливу концепцію інтер'єру тощо. Це також є більш зручним впровадженням як для гостей, так і для працівників закладу. [4]

Наразі майже кожний заклад має свій додаток в телефоні та дає змогу накопичувати бонуси та отримувати вигідні пропозиції. Це можна назвати додатковим стимулом для гостя ще раз повернутись до закладу, аби накопичити ще більше бонусів або спробувати нову позицію меню. [5]

Наступна тенденція – це заклади формату «fixed price», ця модель не є новою для міжнародного ресторанного бізнесу, але попит на неї все більш зростає. Формат закладу з фіксованою невисокою ціною найбільш популярний в країнах з перехідною економікою. Заклади користуються шаленою популярністю та завжди збирають черги біля входу. Концепція досить проста: легке для сприйняття меню, але авторського виконання з невисокими фіксованими цінами. [6]

Одним з найцікавіших трендів є фуд-холи, більш відомі як фуд-маркети. Це велике приміщення, в якому зібрані декілька зовсім різних закладів харчування. Таким чином, гість, який відвідує фуд-маркет має змогу в одному місці вибрати будь-яку кухню та страву світу. [7] Наприклад, замовити одночасно японські суші та італійську пасту, саме з закладів, які безпосередньо спеціалізуються на приготуванні тої чи іншої страви. Таким чином, цей тренд є надзвичайно

популярним та в майбутньому буде все більш успішним, адже люди в світі стають більш вимогливими до їжі.

Культура доставки їжі дуже стрімко розвивається як в світі, так і в Україні. Найбільша частина замовлень припадає на покоління Z та мілленіалів. Оскільки, старші за віком люди звикли готувати вдома самі, а молоде покоління, не зважаючи на менш стабільну платоспроможність, не готові витратити час на приготування їжі, віддають перевагу доставці їжі додому.

Згідно з останнім дослідженням ResearchAndMarkets світовий обсяг онлайн-продажів продукції харчування в 2018 році склав 84,6 млрд. дол. США. За прогнозами аналітиків, активне зростання онлайн-замовлень продукції харчування в середньому збільшиться на 9,8% – до 2026 року. В Україні сегмент доставки їжі додому також активно зростає: за останні 5 років зріс на 35% [8].

Згідно дослідження про онлайн-замовлення продуктів харчування американської маркетингової компанії Nielsen в 2018 році представлено ряд факторів, котрі впливають на онлайн-замовлення через інтернет (Рис.1) [9].



Рис. 1. Фактори впливу на прийняття рішень щодо онлайн-купівлі продуктів харчування в країнах СНГ [9].

Таким чином, однією з основних тенденцій в міжнародному ресторанному бізнесі й надалі будуть послуги доставки їжі додому, адже у нового покоління людей з'являються інші пріоритети, аніж приготування їжі. Ця тенденція має змогу розвиватись завдяки можливості замовлення їжі з ресторану додому через додаток у смартфоні або на веб-сайті ресторану. Така можливість дуже вдало впливає на ресторанну справу, роблячи процес замовлення легшим для споживача, а роботу ресторану продуктивнішою для рестораторів. Фуд-маркети на довгострокову перспективу будуть лише набирати обертів у розмірах майданчиків та обсягах відвідувачів та замовлень.

Список літератури:

1. Сутність ресторанного бізнесу та його особливості [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ulfek.ru/menedzhment-v-restorannom-biznese/1180-sushchnost-restorannogo-biznesa-i-ego-osobennosti.html>.
2. 9 restaurant industry trends in 2020 [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://joinposter.com/en/post/restaurant-trends>.
3. 5 restaurant trends you can't ignore [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://trivecgroup.com/5-restaurant-trends-you-cant-ignore/>.
4. Головні тренди у ресторанному бізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mealtime.com.ua/blog/golovni-trendy-u-restorannomu-biznesi>.
5. Тренды ресторанной индустрии 2020 [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://vc.ru/food/110174-trendy-restorannoy-industrii-2020>.
6. Тренди ресторанного бізнесу 2020 на Україні [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://borysov.com.ua/ru/blog/biznes/trendy-restorannogo-biznesa-2020-v-ukraine>.
7. Тренд на фуд-холлы [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.restorator.ua/post/trend-na-food-hally>.
8. Ресторанні технотренди 2020 [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends>
9. Огляд ринку доставки продуктів харчування України [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor-rynka-dostavki-produktov-ukrainy>.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ГЕОТЕКСТИЛЮ

Геотекстиль має значні варіації застосування, що спричинено його стійкістю до біологічного розкладання. Близько 98% геотекстилю складається з нерозкладаних полімерів на основі поліолефіну, поліефіру або сімейства поліамідів. Його використовують у фільтруючих механізмах для земляних дамб, а саме у підпірних стінах, на дорогах та магістралях, у водосховищах, у глибоких дренажних траншеях і для різноманітних технічних потреб у сільському господарстві. Поділ геосинтетичних матеріалів відбувається наступним чином: водопроникні матеріали, які застосовуються саме для дренажу, адже коефіцієнт фільтрації полотна буде рівний або перевищуватиме відповідний коефіцієнт ґрунту; водонепроникні матеріали, їхній спектр застосування більш розгалужений, проте основні сфери використання саме у гідроізоляції та пароізоляції; змішані матеріали, що поєднують у собі декілька геосинтетиків, які мають різну структуру та властивості .[1]

Геотекстиль використовують задля боротьби з ерозією, тобто він необхідний при укріпленні набережних земель. Для запобігання вимивання тонкого матеріалу укладається шар геотекстилю, який легко розміщується під водою. В сільськогосподарських полях нетканий геотекстиль використовується для покращення мулистих доріжок і стежок, призначенням яких є перегін худоби.

Широке застосування геотекстилю також має будівельна галузь. Виробництво даного матеріалу є пропорційно залежним від обсягу замовлень. Оскільки зі збільшенням кількості населення у містах виникає потреба у модернізації інфраструктури, відповідно зростає необхідність в побудові, наприклад, нових доріг, при спорудженні яких необхідно застосовувати даний матеріал. Це і є один із чинників, що впливає на попит на геотекстиль.

Розмір світового ринку геотекстилю за оцінками фахівців становив 1993,4 млн. квадратних метрів у 2010 р. За останні 10 років відбулося суттєве збільшення

виробництва – до 4323,7 млн. кв. м.[2] Стрімке зростання попиту спричинене саме розвитком будівництва доріг у всьому світі, оскільки 43,5% від загального обсягу продажів на ринку у 2018 році становив саме матеріал для укріплення доріг. Дана тенденція і надалі збережеться, тому що матеріал зміцнює слабкий ґрунт і це є головним з факторів, що обумовлює попит на нього.

У 2020 році розмір світового ринку геотекстилю оцінюється у 12,24 млрд. дол., що показує приріст у порівнянні з показником 2015 року. Збільшення використання геотекстилю в укріпленні ґрунтів поєднується із зростаючим обсягом застосування матеріалу у будівництві автодоріг та залізниць, яке спричиняє зростання ринку, що, у свою чергу, є доволі пропорційним. Нетканий геотекстиль був найбільш споживаним товарним сегментом і у 2020 році становив понад 65% від загального світового обсягу виробництва геотекстилю. Низька вартість і такі параметри, як поглинання, механічна міцність та відштовхування рідини, роблять неткані вироби широко вподобаними в промислових цілях. Застосування геотекстилю для водовідведення – це нова тенденція, яка прослідковується останні роки. Тому експерти прогнозують, що темпи приросту будуть перевищувати середні за попередні 10 років. [3]

До 2024 р. глобальний ринок нетканих тканин, ймовірно, перевищить 18,60 млрд. дол. [3] Ці високотехнологічні вироби забезпечують чудову міцність на розрив та гідрофільтраційні властивості, що дозволяє фільтрувати частинки та не пропускати воду в поєднанні із захистом ґрунту. Саме ці особливості сприяють зростанню галузі. Також неткані вироби покращують довговічність й ефективність конструкцій та суттєво зменшують негативний вплив на навколишнє середовище, що, ймовірно, сприятиме зростанню попиту на цю продукцію.

Загалом світове виробництво геотекстилю стрімко зростає. Дану тенденцію демонструє попит, який спричинений застосуванням геотекстильного матеріалу в широкому спектрі технологій. Саме унікальність структури полотна, яке є стійким до зовнішніх факторів, може витримувати навантаження та є екологічним,

впливає на продажі. Збільшення попиту також спричинене підвищенням якості життя населення у більшості країн світу. Саме розвиток світового будівництва веде до зростання світового ринку геотекстилю, оскільки основним напрямом застосування матеріалу є укріплення споруд та автодоріг, а також запобігання їх механічним пошкодженням.

Список літератури:

1. Полікарпов І. С. Геотекстильні матеріали. Основні поняття, сфера застосування. / І. С. Полікарпов, Н. А. Терешкевич // Кооперативна модель економічного розвитку в умовах глобалізації : матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2012. — С. 75-84.

2. Geotextiles Market Size By Material (Synthetic, Natural), By Product (Non-Woven, Woven, Knitted), By Application (Road Construction, Erosion Control, Pavement Repair, Drainage, Railroad, Agriculture), Regional Outlook, Application Potential, Price Trends, Competitive Market Share & Forecast, 2017- 2024 URL: <https://goo-gl.su/AFfQ> (дата звернення: 07.11.2020).

3. Geotextiles Market Size, Share & Trends Analysis Report By Material (Polypropylene, Polyethylene), By Application (Road Construction, Erosion Prevention), By Product, By Region, And Segment Forecasts, 2020 – 2027 URL: <https://goo-gl.su/UblPT> (дата звернення: 07.11.2020).

Розумняк А.А. (магістрант)

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ НАРУЧНИХ ГОДИННИКІВ

У минулому сторіччі постійне зростання потреб людей у приладах для виміру точного часу було більш ніж звичним. Проте впродовж останніх років на світовому ринку годинників з'явилася нова тенденція до відмови від наручних годинників і втрата інтересу до даної продукції. Експансія сучасних технологій помітно вплинула на всі без виключень ринки. Вона не оминула й годинникарів - «смарт»-пристрої привернули до себе значну увагу і таким чином змістили акценти уподобань споживачів. Варто також врахувати наслідки пандемії COVID-19 у світі, які беззаперечно вплинули на структуру виробництва, попиту й пропозиції, логістику та обсяги споживання.

Аналіз праць вітчизняних фахівців з цього питання показав, що головними темами досліджень були оцінка якості й встановлення автентичності годинників. Зокрема, М. Луй, Г. Голодюк [1, с. 33-34] займалися дослідженням якості жіночих годинників, а В. Середницький [2] визначив ознаки автентичності наручних годинників. Власне, саме питанням, котрі пов'язані із дослідженням стану ринку годинників, присвячені праці таких вітчизняних фахівців як Т. М. Артюх та В. Пусев [3]. Проте ці дослідження з часом втратили свою актуальність, а подальшому вивченню даної тематики не приділялася належна увага. Вищезазначене підкреслює доцільність розгляду цієї теми.

Тому, метою даного дослідження є аналіз загального стану ринку годинників та виявлення сучасних тенденцій його розвитку.

Під час аналізу були застосовані наступні загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз та синтез, узагальнення та порівняння офіційних даних, системний підхід.

Згідно з експертною оцінкою, у 2019 р. у світі було виготовлено близько 1.2 млрд шт. годинників. Серед виробників перші місця посідають: Швейцарія, Китай, США, Японія, Гонконг та Німеччина [4].

Лідерами світового ринку беззаперечно залишаються швейцарські годинники. У Швейцарії виробляють більше 20 млн шт. на рік, що займає близько 2% світового виробництва. Водночас у вартісному еквіваленті на країну припадає понад 50 % світової індустрії. У сегментах високого та середнього класу Швейцарія теж лідирує, реалізуючи понад 95% годинників за ціною понад 1000 швейцарських франків [5]. Проте у лютому 2020 р. майже у всіх країнах світу відбулося зниження обсягів експорту наручних швейцарських годинників з одночасним зростанням їх вартості. Така стагнація у галузі спричинена пандемією COVID-19.

Світовий ринок годинників сильно роздроблений, і містить багато регіональних та міжнародних конкурентів. Одним з найконкурентоспроможніших

серед них є Китай, адже на його ринку ведеться активна конкуренція серед виробників саме люксових годинників. Інші основні гравці включають Citizen Watch, Seiko Holdings Corporation, Fossil Group Inc., Casio Computer Co. Ltd., The Swatch Group Ltd., Timex Group BV та Movado Group Inc. У люкс-сегменті: Rolex SA, Omega SA, Cartier, Patek Philippe, Longines [6].

За даними Федерації швейцарської годинникової промисловості, у січні 2019р. Китай був третім за величиною експортним ринком, котрий збільшився на 11,7% починаючи з 2016 р. Водночас у 2019р. експорт японських годинників у кількісному вимірі збільшився на 5%, що склало 58 млн одиниць [6]. Варто зазначити, що посилення модних тенденцій, розширення ринку електронної комерції, зростання доходу на душу населення (до світової пандемії) залишаються рушіями світового ринку годинників сегменту люкс. Однак, на нашу думку, висока вартість, наявність підробок, відсутність належного державного законодавства все ще залишаються перешкодою для розвитку світового ринку. Заразом за підсумками 2019 р. світовий ринок «смарт»-годинників експертами Strategy Analytics був оцінений у 47,34 млн шт., а обсяги реалізації Apple Inc. склали 30,7 млн шт. Це майже на 10 млн більше, аніж обсяг реалізації швейцарських Swatch і TAG Heuer загалом. У першому кварталі 2020 року ринок зріс ще на 20%, що на думку фахівців, було спричинено бажанням покупців ретельніше стежити за станом власного здоров'я й фізичним розвитком в умовах карантину та самоізоляції, а також в результаті збільшення занепокоєнь щодо серцевих захворювань та контролю ваги тіла [7,8]. Ми вважаємо, що в подальшому зростаюча кількість нових продуктів у сегменті смарт-та фітнес-годинників такими компаніями, як Apple та Xiaomi, за наступні кілька років розширить охоплення ринку годинників.

В Україні вітчизняне виробництво годинників представлене невеликою кількістю марок, зокрема «Kleynod», «Andywatch», «Zavod», «ВКВ». Незважаючи на їх наявність, за даними Державної фіскальної служби України, сумарний обсяг

експорту значно поступається імпорту: 1564 проти 9469 тис. дол. США в 2019 р. [9].

Отримані результати свідчать, що трансформація індустрії годинників відбуватиметься і надалі. На нашу думку, пандемія надає їй нову можливість проявити свою спроможність пристосовуватись до умов сьогодення. Люкс сегменту та смарт-пристроєм вдалося легше перенести наявну кризу, до того ж ми очікуємо, що подальша концентрація галузі відбуватиметься з перевагою саме великих та відомих брендів. Сегментам нижчого рівня варто адаптуватися до зміни споживацької поведінки, та динаміки галузі, наприклад, використовуючи креативність, знайти й донести нові цінності класичних годинників, зокрема, до поколінь Y та Z.

Список літератури:

1. Луй М. В., Голодюк Г. І. Товарознавча оцінка жіночих годинників. Якість та безпечність товарів: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 3 квіт. 2020 р. / Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2020. С. 33—34.
2. Серединський В. В. Підтвердження автентичності наручних годинників (на прикладі швейцарських марок «Rolex» і «Tissot») / В. В. Серединський. // Криміналістичний вісник. – 2014. – №2. – С. 178–183.
3. Артюх Т. М. Стан ринку годинників в Україні [Електронний ресурс] / Т. М. Артюх, В. Пусев – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5760/1/31.1.pdf>
4. Watch industry statistics [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.fhs.swiss/eng/statistics.html>
5. Swiss watchmaking: where things stand [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.swissinfo.ch/eng/business/swiss-watchmaking--where-things-stand/45896950>
6. Global Watch Market – Growth, Trends, and Forecast (2020 - 2025) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/watch-market>
7. Nick Statt. Apple now sells more watches than the entire Swiss watch industry [Електронний ресурс] / Nick Statt. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theverge.com/2020/2/5/21125565/apple-watch-sales-2019-swisswatch-market-estimates-outsold>
8. Global Watch Industry Analysis and Trends [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://medium.com/@latest-trends/global-watch-industry-analysis-and-trends-34510de2aff1>
9. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД [Електронний ресурс] // Державна фіскальна служба України. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://sfs.gov.ua/ms/f11>

ФАКТОРИ НАРОЩЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АМАЗОН В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Амазон є одним з найвідоміших маркетплейсів з додатковими послугами і напрямками ведення бізнесу. Модель логістики та ланцюга поставок з алгоритмом управління взаємовідносин з клієнтами в поєднанні з простими системами постачання сторонніх виробників – це виклик та (можливо) загроза для багатьох у цій галузі [1]. У 2018 році компанія Амазон посіла друге місце за збільшенням власного капіталу в 1 трлн дол. США, що стало одним з найвищих показників за весь час існування компанії. З 2006 року, Амазон активно почала працювати над стратегіями завоювання глобального ринку, збільшуючи свій дохід (рис. 1).

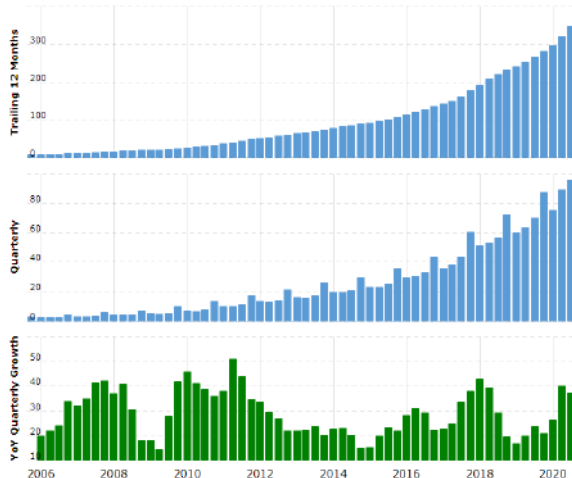


Рис. 1. Дохід Амазон 2006-2020 рр.
(квартальне та річне зростання) [1]



Рис. 2. Прогноз прибутку Амазон
на 2021 рік [4]

До факторів, що сприяли нарощенню глобальної конкурентоспроможності Амазон в умовах зростання електронної комерції, а також забезпечили щорічний приріст прибутку можна віднести наступні. Спочатку команда займалася закупівлею книг за оптовими цінами і тримала їх у гаражі Джеффа Безуса. У міру вдосконалення платформи електронної комерції компанія Амазон почала пропонувати її як послугу стороннім постачальникам у 2000 році, що призвело до неймовірно успішного Amazon Marketplace [3]. Масштабність та вдосконалена технологія повторили модель із більш ефективною складською практикою, що в 2006 році призвело до запуску програми Fulfillment By Amazon (FBA) – спеціальної програми надання складських площ і сервісів Амазон для сторонніх продавців, яка наразі має значну кількість розподільчих центрів [4].

У 2014 році компанія придбала частки в двох європейських логістичних компаніях, Yodel та Colis Privé, щоб отримати частковий контроль над 6700 вантажних автомобілів. У 2015 р. представлення Amazon Flex - службу вантажів, схожу на Uber, у великих містах США. У 2016 р. Амазон оголосила про створення власної служби доставки останньої милі до Німеччини. У 2019 р. компанія інвестувала в Rivian - стартап зі створення електромобілів [5].

У 2020 році компанія відкрила перший інтернет-магазин у Північній Європі у Швеції, що пропонує не лише товари американського виробництва, а ще й шведського. Значною перевагою стала безкоштовна доставка зі складського центру, якщо сума замовлення перевищить 230 шведських крон. А також споживачі можуть розраховувати на швидку доставку протягом двох днів [5].

Амазон має на меті завоювання глобального ринку доставки останньої милі та значне витіснення конкурентів. Окрім запуску Prime Air, є ще декілька проектів, які компанія планує запустити найближчим часом:

– зробити всі свої магазини «касо-вільними», магазини Amazon Go мають датчики ваги та камери, щоб клієнти могли додавати товари у віртуальний кошик у додатку Amazon Go, просто забравши їх з полиць;

- збільшити інвестування в Індію (запуск та розширення служби доставки їжі);
- домашні роботи на основі штучного інтелекту [6].

Передбачається, що запуск нових проєктів, а також Prime Air принесуть компанії значний прибуток у наступному році (рис. 2). Значним досягненням компанії стало отримання дозволу на використання дронів – проєкт Prime Air у своїй діяльності від Федеральної Авіаційної Адміністрації у серпні 2020 року. Це дозволить Амазон скоротити термін доставки до 30 хвилин або навіть і більше. Наразі поки що не відомо, коли саме клієнти зможуть отримувати свої замовлення за допомогою дронів, проте, це стало дуже важливим кроком у продовженні випробовування технологій, які компанія розробляла роками [6].

Цікавим є питання щодо роботи Амазон в умовах пандемії. Компанія надає безкоштовні маски клієнтам у всіх відкритих відділеннях, а також забезпечує всім необхідним персонал. Також призначають окремі години покупок для людей похилого віку. Стосовно планових доставок, клієнти можуть вибрати спосіб отримання товару без контакту з кур'єром. Крім того, всі транспортні засоби та обладнання щодня дезінфікуються, а пристрої доставки та мобільні телефони дезінфікуються після кожного призначення [4]. Отже, постійне нарощення власних потужностей, впровадження інновацій та орієнтація на максимізацію клієнтського сервісу продовжують забезпечувати конкурентоспроможність компанії Амазон на глобальному ринку навіть в умовах спаду обсягів торгівлі і кризових явищ, пов'язаних із пандемією Covid-2019.

Список літератури:

1. Macrotrends: Amazon Revenue 2006-2020. URL: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/AMZN/amazon/revenue>.
2. 'Amazon' wasn't the original name of Jeff Bezos' company, and 14 other little-known facts about the early days of Amazon. – 2020. – URL: <https://www.businessinsider.com/jeff-bezos-amazon-history-facts-2017-4>.
3. Let Amazon pick, pack, and ship your orders. – 2020. – URL: <https://sell.amazon.com/fulfillment-by-amazon.html>.

4. Amazon відкрив власний інтернет-магазин у Швеції //Logist.FM. – 2020.–URL:<https://logist.fm/news/amazon-vidkriv-vlasniy-internet-magazin-u-shveciyi>.

5. Amazon's actions to help employees, communities, and customers affected by COVID-19 // The Amazon blog. – 2020. – URL: <https://blog.aboutamazon.co.uk/amazons-actions-to-help-employees-communities-and-customers-affected-by-covid-19>.

6. Drone Delivery? Amazon Moves Closer With F.A.A. Approval // The New York Times. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/08/31/business/amazon-drone-delivery.html>.

Вольф К.В., Сметаніна А.Т. (студенти 4 курсу)

ЗЕЛЕНА ЛОГІСТИКА В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Відповідно до щорічної доповіді ООН від 26.11.2019 року про рівень викидів, у 2018 році в атмосферу потрапив рекордний обсяг парникових газів - 55,3 гігатон. У 2017 році цей показник склав 53,5 гігатони. За таких умов до кінця XXI ст. температура на Землі підвищиться на 3,2 градуси за Цельсієм, що призведе до руйнівних наслідків для планети. Багато цілей «Сталого розвитку 2030» ООН пов'язані з екологією. Відповідно до них, усі компанії мають стати соціально відповідальними, використовувати «зелені» технології, мінімізувавши викиди CO₂ та кількість неперероблювальних відходів. Безумовно, підприємства повинні мати сертифікат ISO. Не обходить це осторонь і сфери транспортування та логістики, які є одним з основних джерел забруднення довкілля [4].

Як правило, логістика розглядається як комплексне управління всіма видами діяльності, необхідними для переміщення матеріальних потоків через глобальну мережу поставок, метою яких є мінімізація витрат та максимізація прибутку при досягненні якомога більш високого рівня клієнтського сервісу. У XX ст. разом із загостренням проблем екології з'явилася дефініція «зелені технології» – технології, які не руйнують довкілля. Так в середині 1980-х рр. утворилося поняття «зелена логістика». Зелений логістиці можна дати

визначення як виробництву та розповсюдженню товарів безпечним способом з урахуванням екологічних та соціальних факторів [5]. Зелена логістика функціонує у трьох основних сферах: суспільство, економіка та довкілля. Для кожної сфери логістика виконує свої функції та завдання. Наприклад, проблеми продуктивності, зайнятості та конкурентоздатності в економіці; безпечність перевезення, здоров'я споживачів; зміни клімату, якості повітря, шумове забруднення, біологічне різноманіття [1], утилізація відходів в аспекті довкілля.

Варто відзначити, що на послуги із транспортування вантажів припадає значна частка викидів CO₂. Зазвичай, виробники прагнуть вибудувувати власну мережу поставок за принципами «точно в строк» та «від дверей до дверей», роблячи доставку надійною та швидкою, при чому зростають обсяги перевезень. Більш того, у часи до кризи, пов'язаної з COVID-19, у бізнесі спостерігалась тенденція до скорочення страхових запасів. За таких умов, перерозподіл навантаження зі складських приміщень на транспортно-логістичні компанії призводить як до більшої його кількості на магістралях, так і до зростання індексу шкідливих викидів в атмосферу [2].

З точки зору зеленої логістики, виділяють такі шляхи зменшення негативного впливу на навколишнє середовище: мінімізація використання сировини та пакування у процесі виробництва, які не підлягають утилізації; вдосконалення систем матеріальних потоків; відповідальніший підхід до маршрутизації та прогнозування поставок; консолідація вантажоперевезень: заздалегідь знаючи кількість продукції, що відвантажується, і маршрут, можна раціонально спланувати ланцюжок від видачі товару на складі до вручення одержувачу.

Незважаючи на високу вартість «зелених» технологій у логістиці, існують і дешевші способи наближення до них:

- багаторазова упаковка. Наприклад, використання більшої тари для товарів;

- утеплення приміщень. Наприклад, склади з теплоізоляцією потребують менше витрат на опалення;

- відмова від паперового документообороту;
- зменшення викидів вуглецю в повітря, планування оптимальних логістичних ланцюгів поставок.

Варто зазначити, що у жовтні 2020 р. українські компанії Meest і PRANA об'єднали свої зусилля, щоб надати Україні послуги з нульовим викидом парникових газів. Доставка коштуватиме додатково 1 грн. до загальної вартості, а залучені кошти будуть використані для посадки дерев, відновлення екосистем водно-болотних угідь і розробки технологій енергозбереження. Обидві компанії є бенефіціарами програми ЄС «Кліматичні інноваційні ваучери» [3].

Отже, компанії постійно змушені розвивати екологічно безпечні і відповідальні операції, і відповідальність за забруднення довкілля є важливою змінною в конкурентних сценаріях. Фактори зеленої логістики, із якими міжнародні корпорації стискаються на корпоративному рівні, розрізняються залежно від сектора діяльності компанії, географічного положення та рівня екологічних вимог клієнтів. Висновки про вплив на «зелену» логістику варіюються в залежності від тиску споживачів на екологічну поведінку компанії і можуть бути пов'язані з різним становищем компаній в ланцюжку поставок. Сьогодні використання «зеленої» логістики – вже не просто рекомендація, а одна з вимог міжнародних стандартів, застосування якої прямо впливає не тільки на імідж компанії, але й на її виживання на ринку.

Список літератури

1. Пашко П.В., Лазебник Л.Л., Кіндзерський Ю.В. Підприємництво в епоху глобальних трансформацій: виклики та перспективи розвитку / Серія «Митна справа в Україні» - 2019 – С.243-260.
2. CharisiosAchillas, Dionysis D. Bochtis, DimitriosAidonis, DimitrisFolinas / GreenSupplyChainManagement / CharisiosAchillas, Dionysis D. Bochtis, DimitriosAidonis, DimitrisFolinas / ApexCoVantage – 2018 – С. 10-19.
3. Украинские предприятия помогают снизить выбросы парниковых газов благодаря ЕС // Euneighbours. – 2020. – URL: <https://www.euneighbours.eu/ru/vostok/stay-informed/news/ukrainskie-predpriyatiya-pomogayut-snizit-vybrosy-parnikovykh-gazov>.

4. EmissionsGapReport 2019 // UNEP, Nairobi. – 2019. – URL: <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/30797/EGR2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
5. Greenlogistics: definition, challengesandsolutions // InterlakeMecalux. – 2019. – URL: <https://www.interlakemecalux.com/blog/green-logistics>.

Сокальська О.В. (магістрантка)

МАРКЕТПЛЕЙСИ ЯК ОСНОВНИЙ КАНАЛ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

Особливо гостро перед компаніями в період пандемії COVID-19 постало питання вибору каналів розподілу продукції. Специфіка пандемії змусила компанії активно переорієнтовуватися на перехід у Інтернет-середовище.

Найбільш популярним каналом розподілу продукції станом на липень 2019 року є онлайн-маркетплейс [2]. Маркетплейс – платформа електронної комерції для торгівлі продуктами та послугами, посередник між продавцями та покупцями. [1]

Популярність маркетплейсів в останні роки суттєво зросла. Одна з причин їх популярності – вони надають певні переваги кожній стороні-учаснику. Власник маркетплейсу може отримати пристойну суму комісії від продавців продукції та рекламодавців; споживачі можуть порівнювати ціни на однакові товарні позиції, обирати серед безлічі пропозицій, а продавці можуть продавати свої товари без налаштування особистого веб-сайту, що вимагає додаткових витрат. Для споживачів надважливим є той факт, що на маркетплейсах вони завжди можуть ознайомитись із рейтингом продавців, переглянути реальні відгуки про них і сформувавши рішення відносно здійснення покупки. Споживачі схильні обирати потрібні їм товари у одному місці задля економії часу, коштів, витрат на доставку – зміна споживчої поведінки призводить також до зростання популярності маркетплейсів. Найбільш помітною проблемою маркетплейсів є добросовісність продавців і якість наданої ними продукції. Маркетплейс не є виробником чи продавцем,

тому не несе відповідальності за отриманий покупцем товар. Рейтингова система та система відгуків не завжди можуть бути реальним показником довіри до продавця через можливість отримати проплачені відгуки і оцінки на сайтах.

Найбільші маркетплейси є глобальними і забезпечують велику частку продажу усіх маркетплейсів. У трійку світових лідерів за продажами входять Amazon і eBay. Амазон щомісяця відвідує майже 6 млрд. осіб, eBay – 1,6 млрд.[3] Ці онлайн-платформи займаються продажами товарів загального вжитку. Але наразі активно розвиваються і спеціалізовані маркетплейси з продажу нішевих товарів. Прикладами слугують: Etsy – маркетплейс для збуту виробів ручного промислу, BestBuy – електроніка, Zalando, ASOS – модні товари. [3]

В Україні станом на 2019 рік найбільш популярними є такі маркетплейси: Prom, Rozetka, AliExpress, Allo, Bigl, Shafa. [5]

В звіті Global Connected Consumer Index [4] представлено результати дослідження щодо планування покупок споживачами після закінчення епідемії COVID-19. 39% респондентів відповіли, що будуть поєднувати покупки через Інтернет та у магазинах; 28% - робитимуть покупки в основному через Інтернет, 24% - "не можуть дочекатися", щоб робити покупки у магазині, а 10% не планують далеко наперед. Це дослідження демонструє, що компаніям доцільно переналаштовуватись на організацію онлайн-дистрибуції.

Маркетплейси є найбільш популярним каналом розподілу в інтернет-середовищі і тому нівелювання їх важливості при обранні каналів для дистрибуції своїх товарів може призвести до втрати конкурентноспроможності.

Список літератури:

1. Маркетплейс [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D1%81>.

2. Distribution of online purchases worldwide as of July 2019, by channel [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/861336/share-online-shopping-customers-vs-sales-by-platform/>

3. Merton K. The World's Top Online Marketplaces 2020 [Електронний ресурс] / Kate Merton. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.webretailer.com/b/online-marketplaces/>

4. Evans K. More than one-third of consumers shop online weekly since coronavirus hit [Електронний ресурс] / Katie Evans. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.digitalcommerce360.com/article/coronavirus-impact-online-retail/>

5. ТОП-10 маркетплейсов в Украине по посещаемости в 2019 году [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://retailers.ua/news/management/9963-top-10-marketpleysov-v-ukraine-po-poseschaemosti-v-2019-godu>

6. The Dominance of the Online Marketplaces in the Retail Industry [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.entrepreneur.com/article/333614>

7. What are the top online marketplaces? [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.digitalcommerce360.com/article/infographic-top-online-marketplaces/>

Степанцова А.Д. (магістрантка)

СТРУКТУРНА ДИНАМІКА СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ ПШЕНИЦЕЮ

За останні роки обсяг торгівлі зерновими культурами істотно збільшився, що пов'язано з об'єктивними ринковими законами - зростанням попиту, та відповідно пропозиції. Збільшення споживання одночасно створює можливості розвитку міжнародної торгівлі агропродукцією і зумовлює перспективи зростання експорту зерна. У світовій структурі виробництва та експорту зернових основною культурою є пшениця, на яку припадає 38,9% всього зернового ринку. При цьому специфікою міжнародного ринку пшениці є: значна сезонність експорту та імпорту і високий рівень міжнародного, регіонального та державного регулювання як виробництва і якості зернових, так і міжнародних торговельних операцій; залежність цін від ділових очікувань, попиту та кліматичних умов.

Збільшення населення планети, а отже й споживання пшениці зростало, приблизно на 1,6% щороку протягом останніх трьох десятиліть, і, як результат, збільшувалось виробництво та розвивалась торгівля пшеницею (табл. 1).

Динаміка регіональної структури світової торгівлі пшеницею
(2009-2018 рр., %)

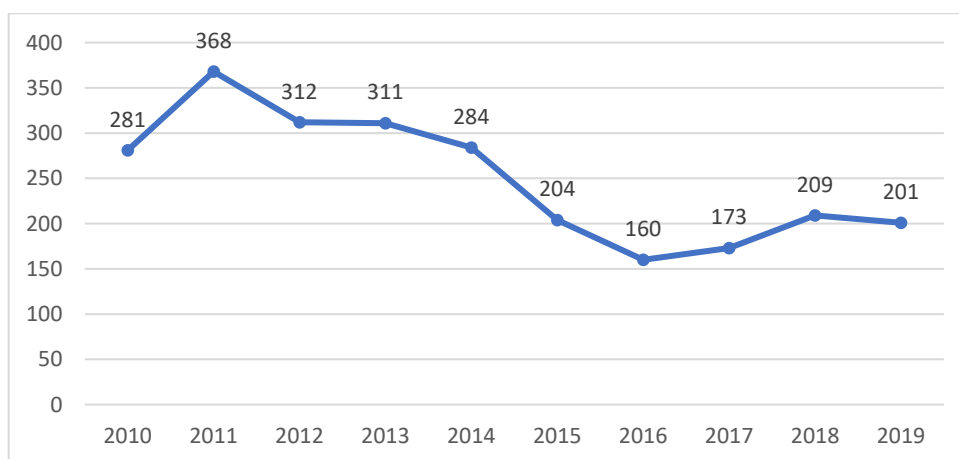
Регіони	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Європа	46,7	47,1	40,3	43,6	44	52,2	50,7	54,4	53,3	57,4
Північна Америка	30,4	32,2	35,1	27,7	33,8	30,1	31,1	27,7	26,7	25,9
Океанія	8,8	11,5	13,3	13,6	12	10,8	11,1	9,7	11,4	7,2
Латинська Америка	11,5	4,2	7,4	8,3	3,1	1,8	3,9	5,9	6,4	5,8
Азія	2,3	4,7	3,6	6,5	6,6	4,9	2,9	2,1	2,1	3,5
Африка	0,3	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,1	0,1	0,3

Джерело: складено автором за даними [1]

Світовий обсяг експорту пшениці у 2018 р. склав 45,1 млрд. доларів. Лідер - Європа: сума поставок склала 25,9 млрд. доларів, а частка світового ринку була найвища з усіх регіонів – 57,4%. На другому місці традиційно знаходиться Північна Америка з 25,9%, тоді як тільки 0,3% поставок походить від експортерів Африки. Менші частки також припадають на Океанію (7,2%), Латинську Америку (5,8%) та Азію (3,5%).

Одним із основних факторів, що впливає на міжнародну торгівлю пшеницею є динаміка цін на цю продукцію, які мають свої специфічні риси, що зумовлені, в першу чергу, рентним характером ціноутворення. Дана особливість і призводить до нестійкості цін. Світові ціни на пшеницю визначаються на біржах в результаті торгів, при цьому кінцева ціна залежить від вартості доставки і зберігання, а також імпортного мита [2].

Протягом останніх 10 років найвища ціна на пшеницю була зафіксована у 2011 році - 368 доларів/т. З того ж року спостерігалось падіння світових цін на пшеницю до 2016 року – 160 доларів/т. Наступні 2 роки ціна зростала, і у 2018 році становила 209 доларів/т. У 2019 році середня ціна на світовому ринку зернових на пшеницю трохи знизилась до 201 долара/т (рис. 1).



Джерело: розроблено автором за даними [3]

Рис. 1 Динаміка цін на пшеницю на репрезентативних міжнародних ринках (2010-2019 рр., дол./т)

За 10 років лідери світової торгівлі пшеницею майже не змінилися (табл. 2). У 2010 році основними експортерами були США – 6,95 млрд. дол., Франція – 5,06 млрд. дол. та Канада – 4,83 млрд. дол., проте Росія, яка довгий період посідала 5 місце, у 2019 році стала лідером з експорту пшениці – 6,4 млрд. дол. Збільшили обсяги експорту також Аргентина (2,45 млрд. дол.) та Румунія (1,29 млрд. дол). А такі країни як Німеччина та Казахстан з 2010 року опустились на декілька рангів вниз, і у 2019 році замикали ТОП-10 країн-експортерів пшениці.

Таблиця 2. ТОП-10 країн експортерів пшениці (2010, 2015 та 2019 рр.)

Країна-експортер	2010		2015		2019	
	ранг	млрд. дол	ранг	млрд. дол	ранг	млрд. дол
Росія	5	3,09	5	4,4	1	6,4
США	1	6,95	2	5,96	2	6,27
Канада	3	4,83	1	6,91	3	5,39
Франція	2	5,06	4	4,53	4	4,36
Австралія	4	4,25	3	4,73	5	2,51
Аргентина	9	0,914	9	1,06	6	2,45
Україна	7	1,19	6	2,82	7	1,64
Румунія	13	0,42	8	1,22	8	1,29
Німеччина	6	2,9	7	5,87	9	1,25
Казахстан	8	1,01	11	0,717	10	1,003

Джерело: складено автором за даними [4]

Українське зерно має попит не тільки на внутрішньому ринку, а також й на світовому. За даними Інституту аграрної економіки у 2019 році Україна експортувала рекордні 39,8 млн тон зернових, з них 13,7 млн тон пшениці. Протягом 10 років Україна традиційно посідала 6 або 7 місце у рейтингу експортерів пшениці. У 2019 році вона експортувала її на 1,64 млрд. дол., що на 1,18 млрд. дол. менше ніж у 2015 та на 450 млн. дол. більше ніж у 2010 році. Індонезія є основним імпортером пшениці з України з часткою 15,7%, на другому місці Філіппіни (10,1%) та Єгипет (8,43%).

У 2019 році Туреччина з сумою імпорту 2,27 млрд. дол., обійшла «принца пшениці» – Єгипет, у грошовому еквіваленті сума імпортих поставок пшениці якого становила 2,01 млрд. дол. Такі країни як Італія, Філіппіни та Індонезія традиційно протягом 10 років входять до ТОП-5 лідерів імпортерів, в сумі забезпечуючи 15% світового імпорту пшениці, таким чином, на світовому ринку спостерігається стійка тенденція, коли виробництво пшениці зосереджується в найбільш розвинених країнах, а практично всі країни, що розвиваються, змушені її імпортувати, регулярно збільшуючи обсяги.

Список літератури:

1. The Observatory of Economic Complexity. URL: <https://oec.world/en/profile/hs92/wheat>
2. Chris M. Alaouze, A. S. Watson, N. H. Sturgess - Oligopoly Pricing in the World Wheat Market/ American Journal of Agricultural Economics/ Volume 60, Issue 2– 1978.
3. Index Mundi: URL: <https://www.indexmundi.com/commodities/>
4. World Top Exports. Wheat Exports by Country. URL: <http://www.worldstopexports.com/wheat-exports-country/>
5. World Top Exports. Wheat Exports by Country. URL: <http://www.worldstopexports.com/wheat-imports-by-country>
6. ННЦ Інститут аграрної економіки. URL: <http://www.iae.org.ua/>

ОПОСЕРЕДКОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ У ВИВЕДЕННІ ПРОДУКТУ НА ЗАКОРДОННИЙ РИНОК

У сучасних умовах зовнішня торгівля має значний вплив на розвиток країн, оскільки майже усі галузі економіки напряду чи опосередковано контактують із міжнародними ринками. Для швидкої адаптації до змін та потреб міжнародного середовища компаніям необхідно задіяти різноманітні методи міжнародної маркетингової комунікації.

Методи міжнародної маркетингової комунікації являє собою сукупність засобів та прийомів передачі інформації про товар з метою просування його на зовнішньому ринку. Залежно від характеристики каналів передачі методи міжнародної маркетингової комунікації поділяються на безпосередні та опосередковані [1]. До безпосередніх методів міжнародної маркетингової комунікації належать виставки, ярмарки, презентації, переговори, відрядження тощо. Опосередковані методи представлені рекламою, стимулюванням продажу, зв'язками з громадськістю, мерчандайзингом, дизайном товару тощо.

Виходячи на закордонний ринок, варто врахувати специфіку сприйняття рекламних заходів іноземними споживачами, виходячи з менталітету, звичаїв, традицій визначеної країни. Привернення уваги та зацікавлення споживачів товаром, інформування про місця реалізації та спонукання споживачів до придбання товару є головними задачами реклами [2]. Реклама являє собою відкрите інформування фірмою потенційних споживачів про переваги її товарів, а також про здобутки чи характерні риси самої фірми [1]. На сьогодні, реклама є одним із найбільш поширених та ефективних методів міжнародної маркетингової комунікації і зазнає широкого застосування у світових масштабах. Проте, кожен із міжнародних ринків має власні специфічні риси, що формує необхідність вивчення особливостей застосування реклами у різних країнах.

Споживачі кожного з ринків мають відмінне один від одного бачення одних і тих самих речей та процесів. Певні культурні та релігійні звичаї

формують критичні погляди споживачів на певні питання, що можуть підійматися у рекламних кампаніях товарів. Аналогічним чином відмінність мов комунікації має велике значення для реклами. Таким чином, рекламні повідомлення мають адаптуватися до умов кожного ринку не лише за змістом інформації, але і формулюванням тексту повідомлення [3]. З боку держави обмеження на зміст та реалізацію рекламного повідомлення можуть бути накладені законодавчими нормами країни та, безумовно, мають бути враховані міжнародними компаніями.

Дослідження ефективності каналів розповсюдження інформації у країні є важливим кроком у впровадженні реклами на цільовий ринок. Такими каналами є: теле- та радіо-реклама, реклама у мережі Internet, реклама у друкованих виданнях (газетах та журналах).

На сьогодні реклама у мережі Internet є одним з найсучасніших та найперспективніших методів міжнародної маркетингової комунікації. Для максимізації ефективності інтернет-реклами необхідним є застосування найширшого переліку засобів просування товару у мережі Internet, а саме: створення власного веб-сайту з метою поширення інформації про продукт та ведення безпосереднього контакту зі споживачами; просування сайту у пошукових системах та придбання посилань на сайт на інших інтернет-ресурсах задля розширення охопленої сайтом аудиторії; банерна реклама на комерційних сайтах інтернету; реклама в соціальних мережах; розсилка електронною поштою. Саме інтернет-реклама найкраще дає можливість налагодити контакт зі споживачами закордонних ринків, та отримати велике охоплення цільової аудиторії без великих грошових витрат [4,5,6].

Іншим поширеним каналом розподілу є телебачення. На даному майданчику, як і у мережі Internet, існує можливість реалізувати весь обсяг інформації у необхідному контексті: звуковий супровід, анімація тощо. Також, при співпраці з медіа-агенціями, з'являється можливість планування охоплення цільової аудиторії у необхідній кількості. Реклама у друкованих виданнях також є поширеним каналом розподілу у певних країнах. Тим не

менш, вартість реалізації буде значно нижчою за попередньо наведені канали. Зовнішня реклама як канал поширення міжнародної реклами набуває все більшого значення через збільшення часу перебування людей у дорозі, проте у певних країнах існують законодавчі обмеження на розміщення зовнішньої реклами [3]. Таким чином, використання міжнародної реклами допоможе адекватному розвитку підприємства на зовнішньому ринку, однак він потребуватиме деталізації зовнішніх ринків до рівня національних ринків окремих країн з метою врахування усіх тонкощів та особливостей поведінки споживачів.

Іншим важливим методом міжнародної маркетингової комунікації є стимулювання продажу. Стимулювання продажу являє собою сукупність інструментів та заходів, що стимулюють збут продукції шляхом пробудження у покупців або продавців матеріальної зацікавленості [1]. Стимулювання продажу при виведенні товару на ринок надаватиме можливість створення бажаного іміджу компанії та не потребуватиме дорогих заходів та великих витрат часу. Тим не менш, короткострокові заходи не зможуть надати довгострокового рішення, а бажаний імідж може змінитися на негативний.

Для довгострокового кредиту довіри застосовується інший метод міжнародної маркетингової комунікації – зв'язки з громадськістю. Як система впливу фірми на потенційних споживачів за допомогою публіситі, що покриває широку аудиторію. Незважаючи на неконтрольованість та неможливість повторення, даний метод викликає великий ступінь довіри у споживачів.

Таким чином, опосередковані методи міжнародної маркетингової комунікації охоплюють сукупність різноманітних заходів, зусиль та дій не лише виробників, а і продавців, посередників з метою створення міцного підґрунтя для виходу товару на нові ринки, стимулювання попиту на продукт для максимізації його збуту, а також з метою розширення ринку товару загалом.

Список літератури:

1. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 120 с.
2. Осипец К.С. Современные особенности формирования бюджета рекламной кампании для нового товара. Экономические науки, 2010, 1(62), 87. https://ecsn.ru/files/pdf/201001/201001_87.pdf
3. Шихова П.З. Достижение конкурентных преимуществ во внешней торговле. Маркетинг в России и за рубежом, 1999, №4 (12), <https://www.cfin.ru/press/marketing/1999-4/12.shtml>
4. Кучечук Л. В. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія / за заг. ред. А.Ю. Парфінєнка. - Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. - 412 с. - розділ 3.3, с. 268-284. - <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/13341/2/%d0%9a%d0%a3%d0%a7%d0%95%d0%a7%d0%a3%d0%9a%20135-143.pdf>
5. Каптур А. О. Интернет-реклама: сучасний канал комунікації. Тенденції та перспективи. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», 2017, №8 (30), http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/mnj_2017_8_11.pdf
6. Дибчук Л. В., Добровольська К. А. Система бренд-маркетингових комунікацій у просуванні брендів торговельних підприємств. Чернігівський науковий часопис. Серія 1, Економіка і управління, 2018, № 1 (9), http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8633/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F_%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B2.pdf

Ускова Д.С. (магістрантка)

СУЧАСНИЙ МЕХАНІЗМ ВИРІШЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ СУПЕРЕЧОК В РАМКАХ СОТ

Механізм вирішення торговельних суперечок в рамках Світової організації торгівлі (далі СОТ) є центральним елементом, котрий забезпечує безпеку та передбачуваність міжнародної торговельної системи, посилює права та обов'язки сторін, регулює положення досягнутих домовленостей. Одним із ключових пріоритетів даного механізму є можливість проводити незалежне розслідування, яке може ініціювати кожен член Організації для відстоювання національних торговельних інтересів незалежно від політичної ваги чи економічної могутності. Механізм вирішення суперечок в СОТ надає

країнам-членам можливість врегулювати спірні торговельні питання в рамках міжнародного правового поля, не вдаючись до поглиблення їх у інші стадії і дозволяє захистити національні економічні інтереси методом усунення дискримінаційних заходів з боку торговельних партнерів вже на перших етапах розгляду справи [1]. Важливим елементом вирішення суперечки в СОТ є той факт, що остаточна мета процедури – не виявити винуватість однієї зі сторін, а досягти взаємоприйнятних рішень для обох сторін суперечки.

Системи врегулювання торговельних суперечок знайшли своє відображення у такому документі, як «Домовленість про правила та процедури, що регулюють вирішення спорів» (далі Домовленість) [2https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_019 - Text], що є доповненням до Марракеської угоди про створення СОТ і містить 27 статей та 4 додатки. Вже на початку ХХІ століття, після п'яти років функціонування нової системи, більшість експертів та країн-членів зійшлися на думці, що цей механізм врегулювання суперечок в рамках СОТ має більшу ефективність порівняно із попередньою системою ГАТТ [3].

Існуюча Домовленість в рамках СОТ являється основним механізмом гарантування безпеки і умов дотримання багатосторонньої торговельної системи в процесі вирішення торговельних суперечок. Водночас цей механізм не є типовим для міжнародного права, оскільки значно відрізняється від інших інституційних механізмів таких як Міжнародний суд ООН чи Суд ЄС, адже Домовленість поєднує в собі як юридичні, економічні, так і політичні риси. Проявляється це одразу в самій назві цього механізму, що свідомо оминає усі тотожності із судовими органами, насамперед по своїй структурі, порядку формування, прийняття рішень і забезпечення їх виконання. Рішення, що ухвалює Орган вирішення спорів СОТ (далі ОВС СОТ) за своєю природою відрізняються від рішень інших міжнародних юридичних органів. По-перше, їх офіційна назва в Організації – «звіт» (report), по-друге, вони носять рекомендаційний характер сторонам

суперечки, остаточне затвердження та їх імплементація, у кінцевому підсумку, залежить від затвердження членів ОВС СОТ. Механізм Домовленості базується на пошуку взаємоприйнятних рішень для обох сторін суперечки, що є проявом принципу суверенної рівності держав.

Етапи процесу врегулювання торговельних суперечок у рамках СОТ починаються із загальноприйнятого в міждержавній практиці засобу вирішення суперечок - процедури взаємних консультацій; якщо за 2 місяці сторони не дійшли взаємоприйнятної згоди, наступна стадія розгляду справи відбувається за участю групи експертів, до них належать фахівці міжнародної торгівлі, котрі не являються резидентами тих країн, між якими виник спір (тривалість процедури на даному етапі до 6 місяців); у випадку, коли рішення групи експертів не задовольняє одну із сторін, подається запит до Апеляційного органу СОТ, на розгляд якому необхідно ще 2-3 місяці. В результаті такого процесу вдалося уникнути малоефективних процедур, можливості затягування процедур, невизначеність строків розгляду справи, певну дискримінацію країн, що розвиваються. Особливо важливим нововведенням, порівняно із попередньою системою ГАТТ, стало створення постійно діючого Апеляційного органу.

Напередодні свого ювілею, 2020 року, у СОТ зіткнулися із найсерйознішою кризою за всю історію існування – США перешкоджають регулярній процедурі призначення суддів у постійний Апеляційний орган СОТ – Арбітражний суд. Наприкінці минулого 2019 р. скінчився термін мандату двох із трьох членів арбітражної групи суддів, а нові не призначені, тому робота органу наразі заблокована. Торгові представники США неодноразово критикували Арбітражний суд Організації за перевищення своїх повноважень, акцентуючи увагу на тому, що судді розширили торгове право без погодження з країнами-членами СОТ. За словами Президента США, вони зазнали поразки майже у всіх суперечках, які розглядала ця судова інстанція [4].

Через вимушену паузу роботи Апеляційного органу, кількість нерозглянутих суперечок і поданих справ до суду збільшується. До того ж, в даній ситуації країни можуть почати нехтувати правилами СОТ, знаючи, що найближчим часом їм не загрожує притягнення до відповідальності чи скарга з боку торговельного партнера через затримку діяльності вищого органу з питань вирішення торговельних суперечок. Результатом цього може розгортатися тенденція до протекціонізму [5]. Незважаючи на цьогорічну кризу довкола Арбітражного суду, країни-члени СОТ мають можливість подавати скарги до даного органу, однак мають розуміти, що термін розглядання їх позовів буде відкладений на невизначений термін.

Список літератури:

1. Гужва І. Ю. Механізм вирішення торговельних суперечок в СОТ: теоретичні аспекти і сучасна практика в Україні та світі. / І. Ю. Гужва. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015. – №13. – С. 8–13.
2. Домовленість про правила та процедури вирішення спорів від 15.04.1994 р. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 1994. – Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_019#Text
3. Мережко О. О. Правове регулювання світової торгівлі / О. О. Мережко, М. І. Неліп. // Навч. посіб. – К.: Наук. Думка.. – 1999. – С. 101.
4. Ніколас М. 25-летие ВТО: юбилей под знаком кризиса [Електронний ресурс] / М. Ніколас, Н. Позднякова // Made for minds. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://p.dw.com/p/3Ubn9>
5. Яценко О. М., Ускова Д. С. Міждержавні торговельні суперечки як виявлення політики протекціонізму / О. М. Яценко, Д. С. Ускова. // Науковий журнал Донецького національного університету ім. Василя Стуса "Економіка і організація управління". – 2019. – №4. – С. 58–65.

Федорова А. В. (магістрант)

ВЗАЄМОДІЯ ЗАМОВНИКІВ ТА ВИКОНАВЦІВ У МІЖНАРОДНОМУ КОНСАЛТИНГОВОМУ БІЗНЕСІ

Опитування та дослідження, проведені у всьому світі, вказують на те, що підприємства мають більше шансів на успіх, якщо при першому запуску вони використовують професійний бізнес-консалтинг і якщо вони належним чином залучають фінансування. Міжнародні бізнес-консультанти: надають інформацію та поради щодо розвитку та маркетингу міжнародного бізнесу. Дослідження міжнародного бізнесу та інвестиційних можливостей, конкурентів та ділової практики; розробляють пропозиції та рекомендації.[1]

Міжнародні консультанти з управління допомагають фірмам знаходити або підтримувати успіх на закордонних ринках, аналізуючи діяльність організації та пропонуючи вдосконалення. Вони зосереджені на досягненні цілей, що сприяють зростанню та прибутку в умовах високої конкуренції.[2]

Управлінський консалтинг можуть значно покращити ефективність діяльності організації різними способами. Від полегшення перехідного періоду, який пов'язаний із організаційними змінами до сприяння вирішенню існуючих організаційних проблем, управлінський консалтинг є цінними інструментами, якими повинна скористатися кожна організація. Які переваги управлінського консалтингу ? Що робить керівництво та управлінські консультації настільки важливими? Ось 5 причин, чому генеральний директор та управлінський консалтинг є важливим каталізатором успіху в бізнесі. Консультанти з управління можуть надавати зовнішні, об'єктивні поради та аналіз організації, що може бути надзвичайно корисним. Вони забезпечують перспективу того, що представники організації не можуть і, як наслідок, можуть вирішувати проблеми до того, як вони стануть проблемами, і розробляти унікальні та креативні рішення. Консалтингові фірми можуть надати організації знання про найкращі галузеві практики та розуміння того, чим займаються інші організації в галузі. Це дозволяє фірмі залишатись попереду гри. [3]Послуги з консалтингу можуть допомогти в утриманні ключових керівників в організації. Надання консультацій та інструктажів для керівників та ключових керівників спонукає цих осіб до професійного розвитку, а надання їм можливості зробити це може заохотити цих співробітників залишатися лояльними до організації. Генеральний директор та управлінський консалтинг можуть збільшити вартість вашої фірми . Консультанти мають знання та інформацію, необхідні для того, щоб допомогти вам підвищити цінність вашого бізнесу та підвищити лідерів вашої організації. При інвестуванні в директора і управлінського консалтингу, ви інвестуєте в майбутнє вашої організації.

Консалтинг може допомогти організації адаптуватися до змін. У світі бізнесу зміни неминучі, і організації з кваліфікованим керівництвом та продуманими стратегічними планами найбільш здатні процвітати в умовах змін. Кваліфіковані міжнародні консультанти з управління цінуються за те що допомагають організаціям стати більш ефективними за рахунок зменшення витрат, скорочення відходів та розробки успішних стратегій продажів та маркетингу. Залежно від галузі, міжнародні бізнес-консультанти можуть працювати як окремі керівники, так і в команді. [4] Їх обов'язки включатимуть аналіз даних та визначають доцільність різних рішень та організаційних проблем.

Основні проблеми:

- Глобальне розширення та підвищення доходів
 - Стратегічне планування імпорту та експорту
 - Перепозиціонування міжнародних товарів та послуг
 - Дослідження для міжнародних ділових партнерів
 - Міжнародні банківські послуги для бізнесу та приватних осіб
 - Дослідження бізнесу, торгова місія та планування міжнародного форуму
 - Перевірка економічної доцільності та прибутковості
 - Керівництво для запуску та розширення бізнесу[5]
 - Постійні консультації в різних сферах, пов'язаних з управлінням бізнесом, таких як фінанси, виробництво, експорт, маркетинг тощо.
 - Організація джерел фінансування
 - Бізнес "теплиця" для підприємств з високим потенціалом зростання
 - Зв'язок та інформація між бізнесом[7]
 - Курси та семінари з різних галузей управління бізнесом для підприємців та власників бізнесу
 - Оцінка вартості компанії / бізнесу для придбання / партнерства
 - Створення програм відновлення для підприємств[8]
- Отже, можна дійти висновку що міжнародний консалтинговий бізнес це

ті послуги для бізнесу за якими слідує неминуче процвітання компанії яка використає всі ці послуги на практиці. Світ розвивається і компанії більше не можуть стояти в стороні від сучасних брендів. Тому взаємозв'язок між виконавцем та клієнтом у міжнародному консалтинговому бізнесі це є ключова дія до прибутку в майбутньому та безпосередньо виходу компанії на ринки нових країн.

Список літератури:

1. <https://www.meyalux.com/>
2. <https://www.matigalil.org.il/m-a-t-i-western-galilee/>
3. <https://www.internationalbusinessconsultants.com/>
4. <https://www.caycon.com/international-business-consulting>
5. <https://www.ibsglobalconsulting.com/>
6. <https://www.caycon.com/industry-experience>
7. <https://www.gould-partners.com/blog/importance-ceo-management-consulting/>
8. <https://pdfs.semanticscholar.org/acc5/3f649dfd24aaff4f5d3b30c0e1eb7b1c5a.pdf>

Цапій Д.Ю. (магістрант)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Зовнішня торгівля є основною формою світових господарських зв'язків. Підвищення значення торгівлі в світовій економіці, а також її інтенсивний розвиток обумовлені об'єктивним процесом глобалізації та посиленням взаємозалежності більшості країн світу. Інтенсифікації світового товарообміну сприяв значний прогрес в розвитку міжнародного поділу праці.

Наразі глобалізація з кожним днем посилюється та набуває великого значення, ринкові відносини та вільна конкуренція стрімко розвиваються, і це штовхає підприємства до пошуків найкращого способу управління із метою майбутнього розвитку.

Хоча міжнародна торгівля зростала швидкими темпами протягом 2017-2018 років (близько 10 відсотків на рік), наявні дані за 2019 рік свідчать про

зміну тенденції. За перші три квартали 2019 року показники темпів зростання мають від'ємні значення на рівні 3%.

Зростання товарообігу в 2017-2018 р.р. було спричинене глобальним зростанням обсягу виробництва та інвестицій, який зараз змінився. Іншим суттєвим фактором стало відновлення цін на сировину, зокрема на нафту. Очікується, що ці фактори не сприятимуть зростанню товарообігу в майбутньому, оскільки прогноз зростання світового виробництва песимістичний, і, як прогнозується, ціни на сировину залишаться в основному на нинішніх рівнях у найближчі кілька років. На додаток до цих кон'юнктурних подій, деякі структурні фактори можуть надалі негативно впливати на схеми міжнародної торгівлі протягом найближчих років. Посилення невизначеності щодо розвитку світової економіки та Глобальної торгової системи, постійні торгові суперечки між Китаєм та США, труднощі в Європейському Союзі, послаблення багатосторонності та зростання антиглобалістських настроїв можуть негативно впливати на міжнародну торгівлю в найближчому майбутньому. [1]

Характерною особливістю ХХІ століття є поява та подальший активний розвиток транснаціональних компаній. Саме вони наразі домінують у світовій економіці. У сучасних умовах, що характеризуються значними обсягами вивезення капіталу у вигляді прямих іноземних інвестицій, з'являються нові чинники розвитку міжнародної торгівлі. Посилення ролі вивезення капіталу не тільки не веде до скорочення торгівлі товарами, але і, навпаки, сприяє зростанню міжнародної торгівлі. [2]

Сучасний етап розвитку міжнародної торгівлі визначається особливостями, що характеризують її як одну з найбільш активно зростаючих підсистем світової економіки:

- прискорене зростання зовнішньоторговельної сфери в порівнянні з загальними темпами господарського розвитку країн;
- переважання частки розвинених країн в експорті та імпорті товарів;
- нерівномірність розвитку зовнішньої торгівлі окремих країн;

- збільшення питомої ваги країн, що розвиваються, в міжнародній торгівлі;

- зростання питомої ваги продукції обробної промисловості і скорочення частки сировинних товарів;

- переважання індустріальних країн в експорті промислових товарів [3].

Наприкінці 90-х років ХХ століття й початку 2000-х домінуючі позиції на світовому ринку зайняли високотехнологічні фірми такі, як: «Apple», «Samsung», «IBM», «Microsoft» тощо. Сьогодні тенденція зберігається. На світовому ринку домінують технологічні підприємства, автомобільні концерни та інші фірми, які виробляють техніку.

Провідними з виробництва високотехнологічних товарів є країни, у яких у післявоєнні роки відбулася науково-технічна революція. Серед таких країн виділяються Японія та США. Дійсно, за всю історію людства у світовій економіці завжди домінували країни з більш розвиненими технологіями. Особливої актуальності це набуло у ХХІ столітті, коли технології «увірвалися» у повсякденне життя кожної людини. Японія та США займають провідні позиції на ринку високотехнологічних товарів, Німеччина – на ринку автомобілів.

Також у ХХІ столітті продовжилася тенденція щодо створення інтеграційних об'єднань між країнами. Регіональні об'єднання у різних частинах світу були створені з метою лібералізації торгівлі і інших економічних зав'язків. Однак перспективність деяких з них викликає сумніви. Так, за президентства Трампа фактично припинила існування Північно-американська зона вільної торгівлі НАФТА. Нещодавній BRExit у Великобританії також підтверджує наявність відцентрових сил у світовій економіці.

Торгівля, пов'язана з розвиненими країнами, залишається важливою частиною міжнародної торгівлі, особливо у частині імпорту. Участь у міжнародній торгівлі суттєво різниться серед регіонів, що розвиваються. На країни БРІКС припадає важлива частина торгівлі країн, що розвиваються,

особливо щодо торгівлі проміжними продуктами та експорту споживчих товарів. Участь інших країн, що розвиваються, у світовій торгівлі, як імпортерів, так і експортерів, є більш обмеженою.

Отже, наразі зовнішня торгівля важлива і невід'ємна частина розвитку національної економіки будь-якої держави, жодна країна не може успішно розвиватися без зовнішньоекономічних зв'язків. Для багатьох країн світу зовнішня торгівля - фактор економічного зростання. Розвиток міжнародної торгівлі перебуває під значним впливом чинників економічного, науково-технічного, політичного характеру, що поступово трансформують її структуру як географічну, так і товарну.

Список літератури:

1. UNCTAD – Key Statistics & Trends in International trade 2019, 2020.
2. В.В. Бондарчук Світове господарство і міжнародні економічні відносини, 2015. – 212с.
3. Ю.Г. Козак, В.В. Ковалевський ЕКОНОМІКА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН Видання 4-е, 2013. – 32с.
4. WTO - Recent Trade Developments and selected trends in trade 2019, 2020.

Шайдецька В.О., Доценко О.Ю. (студенти 4 курсу)

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОБОТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

Науково-технічний прогрес набирає стрімкого розвитку, компаніям слід постійно впроваджувати інновації у свою виробничу діяльність з метою забезпечення та підвищення власної конкурентоспроможності.

Згідно нового звіту World Robotics 2020 Industrial Robots, представленого Міжнародною федерацією робототехніки, у 2020 році у світі рекордно зросла кількість промислових роботів – 2,7 мільйона. Азія є найбільшим ринком промислових роботів. На третьому місці – США. Ці глобальні зрушення паралельно фіксуються із введенням модернізації та

цифровізації виробництва, особливо важливе для відновлення світової економіки після пандемії Covid-19.

Основні зміни/тенденції розвитку роботизації у виробничій діяльності стосуватимуться: підвищення продуктивності, конкурентоспроможності через роботизацію; створення нових можливостей працевлаштування; швидке виробництво, доставка індивідуальних продуктів за конкурентоспроможними цінами; модернізація, діджиталізація виробництва; технологічні прискорювачі.

Діяльність роботів характеризується з “4d” (dull, dirty, dangerous and/or delicate) завданнями, однак їх ефективність, безпечність та точність залишаються найважливішими факторами. Ми пропонуємо виділити недоліки роботизації у виробничій діяльності: впровадження промислових роботів може спричинити високі капітальні витрати; промислові роботи потребують складного управління, обслуговування та програмування; роботи мають власні постійні витрати, такі як обслуговування, захист від кіберзагроз; втрата робочих місць – найсуттєвіша опозиція проти використання роботів; кількість промислових роботів за ці роки різко зросла, але все ще існують певні обмеження щодо типу завдань, які вони можуть виконувати.

Аналізуючи перспективи та недоліки роботизації, авторами було проведено дослідження, метою якого було встановити відношення респондентів до нових технологій та дізнатися суб’єктивне бачення. Для дослідження було проведено опитування респондентів (ресурс “Google Форми”). Респондентам були запропоновані питання для визначення гіпотетичної можливості заміни людини роботами та думок респондентів щодо можливого їх звільнення через роботизацію (рис. 1). У опитуванні взяли участь 77 респондентів із різних сфер діяльності. Віковий розподіл: до 18 років – 1,3%, 18-25 років – 55,8%, 25-35 років – 13%, 35-55 років – 16,9%, старше 55 років – 13%. Опитування проводилось у жовтні-листопаді 2020 р.

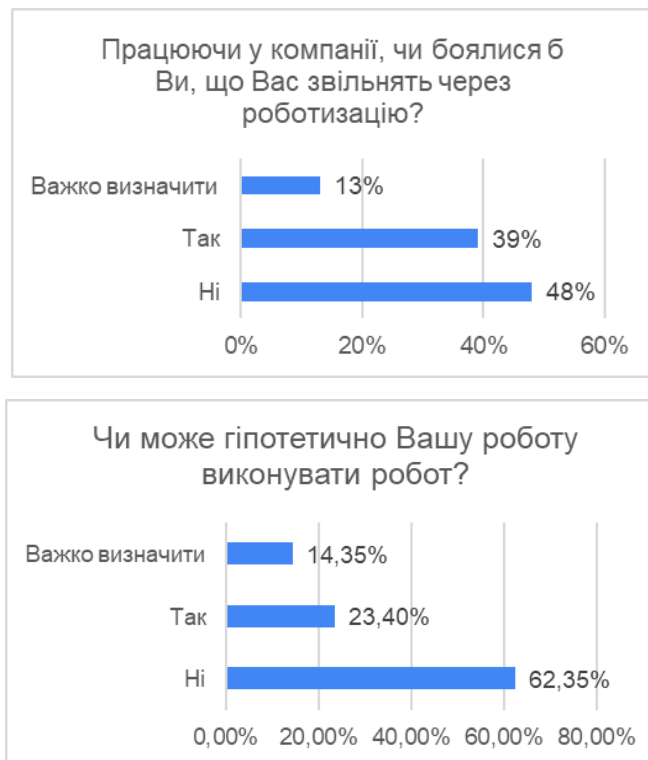


Рис.1 Розподіл думок респондентів щодо звільнення через роботизацію.

Дослідження показало, що загалом респонденти не бояться втратити робоче місце, крім вікової групи 35-55 років, серед яких 53,8% висловились, що бояться бути звільненими та групи 18-25 років, відповіді яких розділилися порівну (рис.1). Аналогічна ситуація з питанням щодо гіпотетичної можливості роботів виконувати роботу респондентів, більшість (62,35%) заперечили цю можливість. Серед відповідей на питання «Чому робот не може виконувати Вашу роботу?» у респондентів віком від 18 до 35 років грали роль людські фактори їх роботи, де вони мають застосовувати індивідуальний підхід, творчі здібності, неординарні рішення задач та емоції. Серед вікової категорії 35-55 років відповіді були дещо іншими: роботи не могли їх замінити через відсутність людяності, живого спілкування та неможливість забезпечити безпеку дітей, яка була необхідною в їхній праці. Відповіді людей віком від 55 років були здебільшого сфокусовані на неможливості машин виправляти помилки, думати та допомагати. Це дає підстави вважати відсутність чіткого розуміння про діяльність та характеристики сучасних роботів.

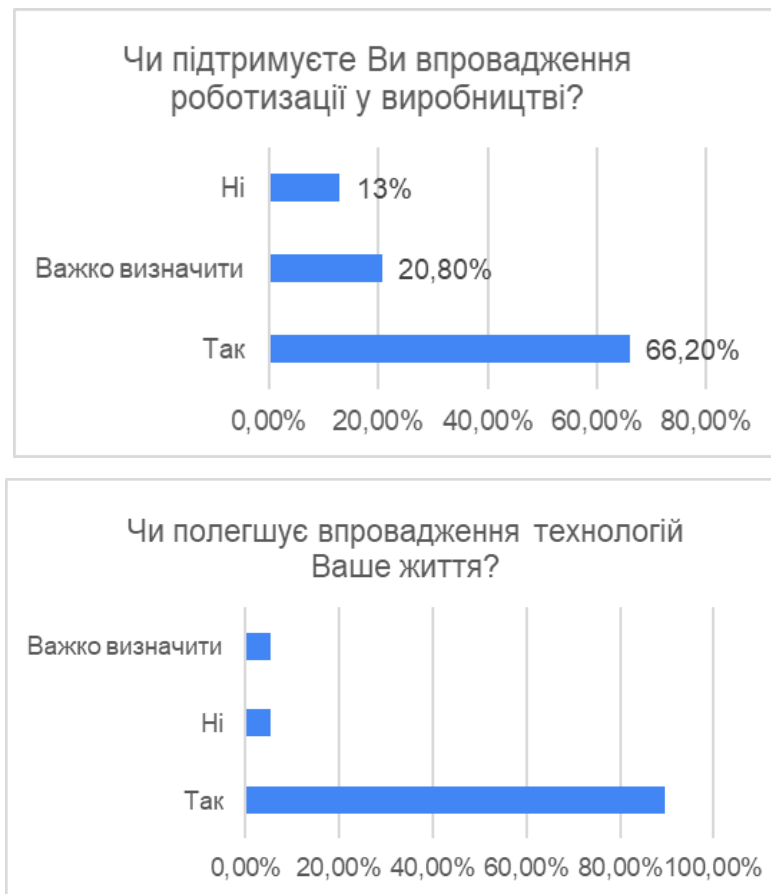


Рис.2 Думки респондентів відносно роботизації та технологій

Переважна більшість респондентів усіх вікових груп підтримує впровадження роботизованих процесів на виробництві та відкрита до нових технологій (рис. 2.). Проведене дослідження показує, що молоде покоління доволі позитивно сприймає роботизацію, не вбачаючи ризику бути звільненими, тоді як людьми більш старшого віку (35-55 років) можливість скорочення сприймається більш критично.

Впровадження роботизації у виробничу сферу підвищує ефективність виробництва, виправляючи наявні помилки, покращує якість виробництва, враховуючи високого рівня точність та якість, поліпшує робоче середовище, виконуючи небезпечну для людини роботу, та збільшує робочий час, уникаючи відволікаючі фактори. Сучасні промислові роботи є екологічними та працюють у широкому діапазоні галузей. З огляду на все це можна стверджувати, що роботизація є невід'ємною частиною майбутнього виробничої сфери.

Список літератури

1. International Federation of Robotics Press Conference [Електронний ресурс] // 24th September 2020 Frankfurt. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://ifr.org/downloads/press2018/Presentation_WR_2020.pdf.
2. The Impact of Robots on Productivity, Employment and Jobs [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://ifr.org/downloads/papers/IFR_The_Impact_of_Robots_on_Employment_Positioning_Paper.pdf.

Громницький Л.А. (магістрант)

СВІТОВИЙ РИНОК АВТОМОБІЛЕЙ: ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Ринок автомобілів, як і будь-який інший, виконує певні функції. По-перше, основне завдання автомобілебудування полягає у задоволенні потреб як покупців, так і продавців, тобто ринок повинен надавати повну інформацію про стан та можливі структурні зміни своїм суб'єктам для ефективності функціонування промисловості. По-друге, ринок створює баланс у виробництві, адже, встановлюючи та регламентуючи ціни за допомогою попиту пропозиції та системи інших показників, ринок визначає об'єктивні критерії, які необхідні для реалізації товарів. Зокрема, існує конкуренція, яка стимулює ринок до запровадження передових технологій та вдосконалення методів виробництва продукції, розширюючи тим самим масштаби диференціації продукції, що пропонується на ринку та підвищуючи якість продуктів на ринку. Важливою є санаційна функція, зокрема вибраковуючи з міжнародного обміну як товари автомобільної промисловості, так і автовиробників та інших суб'єктів світового автомобільного ринку, які не можуть забезпечити міжнародний стандарт своєї продукції за конкурентних цін на неї.

Сучасний світовий автомобільний ринок є невід'ємною частиною глобальної економіки. Так, в світі в середньому щорічно виробляється майже 82 млн. Автомобілів, що у грошовому виразі становить майже 2

трлн.дол. США, а разом із суміжними галузями це становить майже 5% ВВП світу. Автомобільна індустрія – унікальна галузь глобальної економіки, яка своєю динамікою стимулює розвиток економіки. Так, глобальний автомобільний ринок, до початку глобальної пандемії, в демонстрував 30% зростання за останні 10 років. Якби автомобільна промисловість була би окремою країною, то це була б країна з шостою за силою економікою світу. Світова автомобільна галузь, як основа світового господарства, потребує забезпечення трудовими ресурсами, зокрема в автомобільній промисловості безпосередньо працюють 9 млн. чол. Це більше, ніж 5% від всього зайнятого населення в світовій промисловості. Підраховано, що кожне робоче місце в автомобільній промисловості підтримує та стимулює формування пропозиції роботи 5 іншим працівникам в суміжних промисловостях, а це 50 млн. зайнятого населення яке працює в автомобільній та суміжних індустріях.

Динаміка процесу моторизації населення світу поступово зростає, і буде, на думку експертів, незважаючи на сучасну, так звану Covid-кризу, зростати, так як середньому показнику моторизації до показників розвинених економік ще далеко, тобто 170 автомобілів на 1000 чоловік – це середній показник, а показник США – 791 автомобіль на 1000 чоловік.

Виробництво автомобілів в даний час здійснюється майже в 50 країнах світу. При цьому понад 60% світового виробництва автомобільної техніки належить Західній Європі, США та Японії. В даний час в світі існує більше 40 автомобілебудівних компаній, найбільшими з яких є: американські компанії - «велика трійка» - General Motors, Ford і Chrysler; європейські компанії - Volkswagen Group, PSA Peugeot Citroen, Renault, Fiat, BMW; японські компанії - Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi, Mazda; а також корейські - Hyundai-KIA, Daewoo.

Глобально Китай є найбільшим автомобільним ринком щодо й попиту, й пропозиції. Згідно з прогнозами дослідників вже у 2025 році очікується, що виробництво машин Китаю становитиме близько 35 млн. од., адже з огляду на кількість населення ринок легкових автомобілів країни має дуже великий

потенціал. Менш ніж за 15 років Китайська Народна Республіка налічуватиме на своїх дорогах близько 200 мільйонів машин, але загальний обсяг становитиме менше, ніж одне авто на особу. США займає другу позицію в за обсягами виробництва серед ринків автомобілів у світі після Китаю. Однак, показники світового автомобільного ринку значно знизились у зв'язку з останніми подіями та карантинними обмеженнями COVID-19(коронавірус), і поки дуже складно спрогнозувати як саме буде розвиватися світовий автомобільний ринок.

За прогнозними підсумками 2020 року, продажі легкових автомобілів в світі можуть впасти на 23%. Згідно з даними агентства LMC Automotive, за своїм масштабом обвал ринку в кілька разів перевищить скорочення часів світової фінансової кризи. Глобальне поширення коронавірусу та карантинні заходи держав послабили попит на транспортні засоби та призвели до суттєвого скорочення, а подекуди й закриття виробництв. Одночасно великі автомобільні компанії стали переоснащувати свої заводи під виробництво медичного обладнання. Як вважають експерти, найсильніше продажі легкових машин можуть зазнати падіння в Китаї, США і Європі. Коли варто очікувати відновлення глобального авторинку.

За даними експертів консалтингової компанії LMC Automotive, світовий ринок легкових і легких комерційних автомобілів в серпні 2020 року скоротився на 10,3% до 6406 тис. одиниць у порівнянні із попереднім аналогічним звітним періодом. За підсумками восьми місяців 2020 року реалізація автомобілів в світі склала 46226 тис. одиниць, що засвідчує скорочення на 22,2%. В розрізі країн, світовим лідером з продажу автомобілів в серпні був Китай з показником 2114 тис. авто, що на 8,5% вище за показник минулого року. Як зазначається, позитивна динаміка спостерігається четвертий місяць поспіль, чому частково сприяли побоювання другої хвилі коронавірусу з боку споживачів. В США за аналогічний період було реалізовано 1329 тис. автомобілів - на 19,1% менше, ніж минулого року. Сукупні обсяги автомобільних ринків країн Західної

Європи в серпні склали 887,5 тис. авто (-17,4%). Продажі автомобілів в країнах Східної Європи знизилися на 2,3% до 328,7 тис. одиниць. В той же час в Туреччині попит на машини продовжив зростати - в серпні на 134%. У Південній Америці продали 202 тис. автомобілів, що на 26,3% менше в порівнянні з серпнем минулого року. Серед найбільших світових авторинків також варто виокремити Японію (322,1 тис. одиниць, -15,6%), Канаду (161,4 тис. одиниць, -11,8%) і Південну Корею (132,3 тис. штук, -2%).

Серед пріоритетних тенденцій, що спостерігаються за останні роки на світовому ринку легкових автомобілів, слід зазначити наступні:

1) споживачі чутливі до національного виробництва й бренду (якщо в країні споживання розміщено виробництво глобального бренду, то споживач купує автомобіль локального виробництва та має сталу культуру споживання національного бренду);

2) настання ери так званого, усвідомленого споживання, оскільки періодичні світові та регіональні кризи вплинули на поведінку споживача, тому зараз він поводиться раціонально, отже, вартість автомобіля буде визначною (особливо під час його купівлі в розвинених країнах);

3) помітною є схожість споживання в географічних регіонах;

4) збільшення продажів автомобілів альтернативного палива чи гібридів;

5) інтернеталізація виробництва автомобілів.

Щодо вітчизняного ринку, то в Україні становище ринку автомобілів є досить складним, оскільки перебуває в кризовому стані, як економіка загалом. Виробництво автотранспортних засобів є одним з видів економічної діяльності сфери машинобудування. Найбільші частки в структурі машинобудівного комплексу України мають виробництво машин та устаткування, не віднесене до інших угруповань (36,6%), виробництво електричного устаткування (19,2%), виробництво інших транспортних засобів (судна й човни, поїзди та локомотиви, літаки, космічні судна) (24,4%). Питома вага виробництва автотранспортних засобів в структурі машинобудівного комплексу країни становить лише 11,9%. Виробництво

автомобілів в Україні за підсумками 2019 року порівняно з 2018 роком зменшилось на 22,9% до 6623 тис. од. Аналізуючи дані, зазначаємо, що виробництво легкових автомобілів та комерційних авто у 2019 році порівняно з 2018 роком зменшилось на 22,4% до 5660 тис. штук і на 72,8% до 132 тис. штук відповідно. При цьому виробництво автобусів зросло на 3,4% до 831 тис. штук. У загальному обсязі автовиробництва значну частину становили легкові автомобілі виробництва «Єврокар».

Автомобільний ринок в Україні суттєво відрізняється від ринків країн Європи та США, адже на ринку слід звертати увагу не тільки на первинний, але Основними імпортерами автомобілів є виробники розвинених країн. Перспективи розвитку вітчизняного автомобільного ринку слід розглядати загалом як виробничого майданчика для глобальних автомобільних концернів. В цьому аспекті основними конкурентами є Росія, Китай, Туреччина, Румунія, Узбекистан (сукупна частка на ринку становить 26,5%). Нашій державі необхідно приділити якомога більше уваги даному сегменту економіки задля визначення перспективи розвитку в умовах сучасної пандемічної економіки й зробити прогнозування на майбутнє, оскільки ця сфера є однією із основоположних галузей національного господарства в сучасних умовах розвитку.

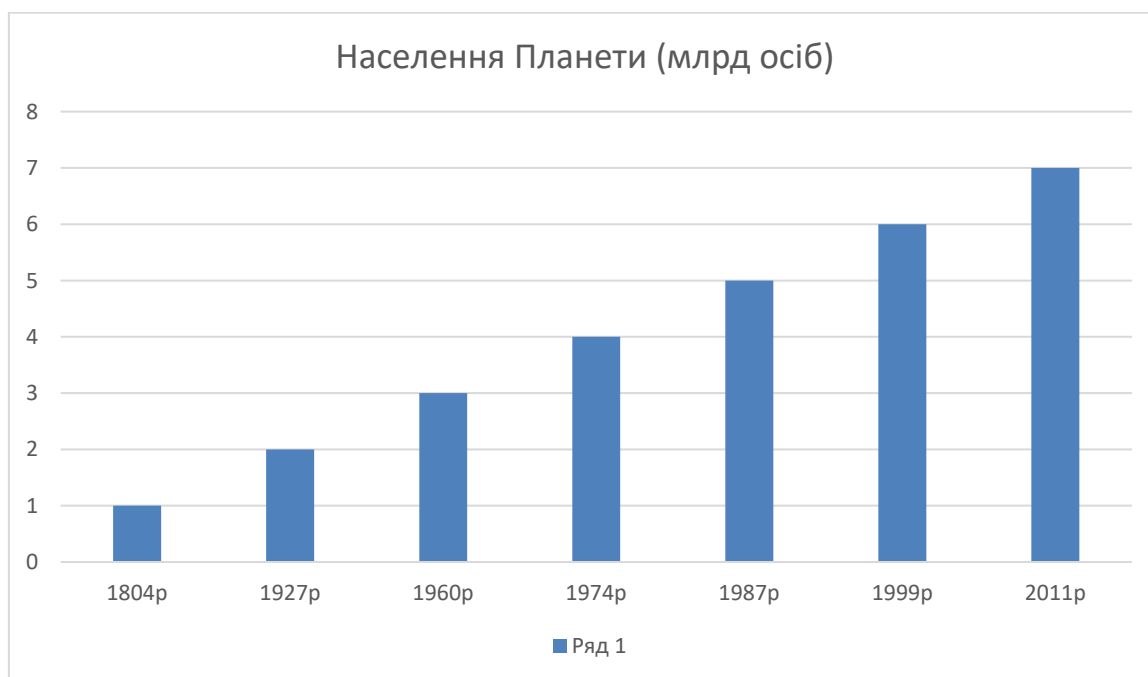
Список літератури:

1. Ковалевський Л.Г. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан, особливості та перспективи розвитку / Ковалевський Л.Г., Коровайченко Н.Ю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zt.knute.edu.ua/files/2015/5-6%20\(82-83\)/7.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2015/5-6%20(82-83)/7.pdf)
2. Савич О.П. Світовий ринок легкових автомобілів та глобальна економіка / Савич О.П. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economics.opu.ua/files/archive/2016/No3/144.pdf>
3. Бойко В. С. Аналіз світового ринку легкових автомобілів / В. С. Бойко, К. Д. Семенова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 3. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2017. – С. 120 – 128.
4. Плоскіна А.А. Тенденції та перспективи розвитку ринку автомобілів в Україні / Плоскіна А.А., Сак Т.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/
5. Коломієць І.Ф. Ринок автомобілів в Україні: особливості функціонування і розвитку / Коломієць І.Ф., Рифяк Р.Р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ird.gov.ua/sep/sep20131\(99\)/sep20131\(99\)_546_KolomiyetsIF,RyfyakRR.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20131(99)/sep20131(99)_546_KolomiyetsIF,RyfyakRR.pdf)

ГЛОБАЛЬНІ КОНКУРЕНТНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ СТОЛИЧНИХ МЕГАПОЛІСІВ

Зараз світ переживає етап постіндустріального розвитку. Цьому етапу притаманні особливості які серйозно впливають на розподіл світового капіталу, формуючи місця його скупчення. Так, ми знаємо, що для 21-го століття є характерним розвиток глобалізму. Разом з тим, нові можливості для руху світового капіталу призводять до діаметрально-протилежного процесу його локалізації в тих містах, де йде бурхливий розвиток внутрішньої та міжнародної ділової активності, фінансової активності, а іноді і туризму.

Важливо підкреслити, як сильно виросла потреба в населених пунктах міського типу за останні сто років. Це зв'язано з динамікою кількості населення світу, дані про яку ми можемо знайти на офіційних фондах ООН щодо народонаселення. Якщо ми подивимося на данні щодо приросту населення нашої планети, то побачимо як швидко воно збільшується[1]:



У 2011 році чисельність населення світу перевищила позначку в 7 мільярдів людей, 55% з яких в 2018 році живуть в містах[2]. Щотижня ряди

міських жителів збільшуються на 1 мільйон, кожен день до існуючого житла додається близько 20 000 нових будинків і 160 миль доріг. «Міста є продуктивними двигунами зростання» - зазначає ДжоанКлос. В своїх роботах він зазначає першочергову роль міст у таких важливих аспектах як:

- створення нових робочих місць;
- розвиток ринків;
- процвітання нових видів економічної діяльності;
- економія від масштабу.

Сучасні конкурентні моделі столичних мегаполісів сходяться на тому, що процес урбанізації повинен охоплювати усіх жителів міста, оскільки він перетворює суспільство та спонукає людей навчатися новим формам поведінки та соціальним навичкам. В урбанізації йдеться не лише про будівлі та вулиці: потрібні значні зміни в культурі на розвиток яких може знадобитися деякий час. Тим, хто все ще живе за межами міських районів, також потрібно адаптуватися до нових форм комерції, які є наслідками урбанізації.

Зростання міст вперше спостерігалось в більш розвинених регіонах світу таких як Європа, а згодом і Північна Америка, саме там з'явилися перші конкурентні моделі столичних мегаполісів. Розвивалися та втілювалися у життя такі проекти як Великий Париж, Великий Лондон тощо. Але за останні десятиліття Азія урбанізувалась величезними темпами, показавши світу свої конкурентні моделі. Так, за досить короткий проміжок часу, в Азії розбудували більше половини з 38 світових мегаполісів (з понад 10 мільйонами жителів) [3, с 2-3].

Тим не менш, далеко не всім столичним мегаполісам вдається використовувати переваги великого міста. Багато столиць стикаються з проблемами перенаселення, недоліку робочих місць, зростання соціального розриву, викидів парникового газу, появи нетрів, банального недоліку таких ресурсів як вода та електроенергія, відсутності необхідної житлової та офісної інфраструктури. Досі, в усьому світі столичні мегаполіси не мають

необхідного захисту від природних катастроф, таких як цунамі, землетруси, соціальні кризи.

Тому в роботі йде детальне вивчення сьогодні існуючих конкурентних моделей столичних мегаполісів, виявлення їх слабких та сильних сторін, вивчення досвіду мегаполісів які найкраще змогли побороти ти чи інші вищеперераховані проблеми, а також екстраполювання отриманих даних на українські реалії з виявленням оптимальної конкурентної моделі для Київського мегаполісу.

Список літератури:

1. Population [Електронний ресурс] // UnitedNations – Режим доступу до ресурсу: <https://www.un.org/en/sections/issues-depth/population/index.html>.
2. 68% of the world population projected to live in urban areas by 2050, says UN [Електронний ресурс] // UN Department of Economic and Social Affairs. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.un.org/development/desa/en/news/population/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html>.
3. DemographiaWorldUrbanAreas [Електронний ресурс] // Demographia. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.demographia.com/db-worldua.pdf>.

Бурдюх М.М. (магістрант)

ПЕРШЕ ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності (далі – МСФЗ) є актуальною темою як серед науковців, методологів та дослідників, так і серед бухгалтерів, аудиторів та керівників компаній, які застосовують чи планують звітувати згідно МСФЗ.

Перехід на міжнародні стандарти звітування та правильне їх застосування регулює однойменний стандарт МСФЗ 1 «Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності». Метою цього стандарту є забезпечити, щоб перша фінансова звітність суб'єкта господарювання, складена за МСФЗ, містила високоякісну інформацію, яка є прозорою для

користувачів і порівняно в усіх відображених періодах, забезпечує прийнятну відправну точку для обліку за МСФЗ, витрати на її отримання не перевищують вигоди для користувачів[1]. У першій фінансовій звітності, що складена за МСФЗ, суб'єкт господарювання повинен застосовувати тільки МСФЗ та беззастережно стверджувати, що вона відповідає МСФЗ.

Суб'єкт господарювання застосовує МСФЗ 1 «Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності» тільки один раз при переході з національних стандартів або ж при першому звітуванні новоствореного підприємства.

Для вітчизняних підприємств перехід на МСФЗ носить добровільний і зобов'язальний характер. Фінансову звітність за МСФЗ складають підприємства, які відповідно до законодавства зобов'язані їх застосовувати, а також ті, які прийняли таке рішення (закріплене в обліковій політиці) самостійно [2].

Обов'язковий характер щодо звітування згідно МСФЗ закріплений у Законі України « Про бухгалтерський облік та фінансову звітність України» №996-XIV від 16 липня 1999 року. Таким чином підприємства, що становлять суспільний інтерес, публічні акціонерні товариства, суб'єкти господарювання, які здійснюють діяльність у видобувних галузях, а також підприємства, які провадять господарську діяльність за видами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України, складають фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність за міжнародними стандартами[3].

Підприємства, що становлять суспільний інтерес (далі – ПСІ), - підприємства - емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до торгів на фондових біржах або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію, банки, страховики, недержавні пенсійні фонди, інші фінансові установи (крім інших фінансових установ та недержавних пенсійних фондів, що належать до мікропідприємств та малих підприємств) та підприємства, які належать до великих підприємств[3] (табл. 1).

Таблиця 1

Показник	Мікропідприємство	Мале	Середнє	Велике
Балансова вартість активів (валюта балансу)	До 350 тис. євро	До 4 млн. євро	До 20 млн. євро	Понад 20 млн. євро
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	До 700 тис. євро	До 8 млн. євро	До 40 млн. євро	Понад 40 млн. євро
Середня кількість працівників	До 10 осіб	До 50 осіб	До 250 осіб	Понад 250 осіб
Обов'язковість звітності за МСФЗ	Якщо ПСІ, ПАТ, здійснюють видобуток корисних копалин	Якщо ПСІ, ПАТ, здійснюють видобуток корисних копалин	Якщо ПСІ, ПАТ, здійснюють видобуток корисних копалин	Так
Оприлюднення річної фінансової звітності з аудиторським висновком на власній веб-сторінці	<u>До 30 квітня</u> – ПСІ, ПАТ, природні монополісти, видобувники корисних копалин До 01 червня – інші фінансові установи	<u>До 30 квітня</u> – ПСІ, ПАТ, природні монополісти, видобувники корисних копалин До 01 червня – інші фінансові установи	Обов'язкове публікування <u>до 01 червня</u> <u>До 30 квітня</u> – ПСІ, ПАТ, природні монополісти, видобувники корисних копалин	Обов'язкове публікування <u>до 30 квітня</u> , крім великих підприємств, які не є емітентами цінних паперів. Для останніх – до <u>01 червня</u>

Відправною точкою для підготовки фінансової звітності згідно вимог МСФЗ або ж датою переходу на МСФЗ є перший день звітного періоду, що буде обліковуватись згідно вимог МСФЗ.

Наприклад, якщо за показниками річної фінансової звітності за 2017 рік підприємство відповідає критеріям, встановленим для середнього підприємства, то для цілей Закону таке підприємство буде вважатись середнім протягом 2018 і 2019 років. Якщо підприємство за результатами показників річної фінансової звітності за 2018 та 2019 роки відповідало критеріям великого підприємства, то починаючи з 01.01.2020 таке підприємство відноситься до категорії великих підприємств та належить до підприємств, що становлять суспільний інтерес. Для підприємства, наведеного у прикладі, що відповідає критеріям великого підприємства та належить до підприємств, що становлять суспільний інтерес, зміна категорії з середнього на велике здійснюється з 01.01.2020, та, відповідно, виникає обов'язок скласти фінансову звітність за МСФЗ. Датою переходу на МСФЗ

для такого підприємства, яке вперше застосовуватиме МСФЗ буде 01.01.2020. Водночас перша фінансова звітність за МСФЗ підприємства, що наведено у прикладі, буде подана за 2021 рік та складатиметься з:

- Звітів про фінансовий стан станом на 01.01.2020, 31.12.2020, 31.12.2021 рр.;
- Звітів про прибутки чи збитки та інший сукупний дохід за 2020 та 2021 рр.;
- Звіт про рух грошових коштів за 2020 та 2021 рр.;
- Звіт про зміни в капіталі за 2020 та 2021 рр.;
- Примітки до фінансової звітності.

Примітки до фінансової звітності обов'язково повинні містити інформацію про те, як перехід з попередніх ЗПБО на МСФЗ вплинув на його фінансовий стан, фінансові результати і грошові потоки, відображені у звітності, та узгодження його власного капіталу у звітності за попередніми ЗПБО з його власним капіталом за МСФЗ для дати переходу на МСФЗ та дати кінця найпізнішого періоду, відображеного в найостанніших річній фінансовій звітності суб'єкта господарювання за попередніми ЗПБО [1].

Отже, перехід на МСФЗ складна та необхідна процедура в умовах глобалізації та інтеграції Національних стандартів бухгалтерського обліку України. Керівництву вітчизняних підприємств необхідно слідкувати за своїми фінансовими показниками для своєчасного переходу на МСФЗ, оскільки банківські установи, міжнародні кредитні фонди, закордонні інвестори та кредитори зацікавлені у доступній та зрозумілій фінансовій звітності, що написана зрозумілою їм мовою – мовою МСФЗ.

Список літератури:

1. Міжнародний стандарт фінансової звітності 1 (МСФЗ 1). Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності від 01.01.2012 р. 929_004.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» МФУ №73 від 07.02.2013 р.
3. Закон України « Про бухгалтерський облік та фінансову звітність України» №996-XIV від 16 липня 1999 р.

ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК МЕГАПОЛІСУ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Еволюція розвитку столичних міст являє собою тривалий історичний процес, упродовж якого відбувалося їх формування, прискорене зростання чисельності населення та трансформація їхньої суті, ролі та функцій. Структура та форма міських утворень безпосередньо пов'язані із спрямуванням цивілізаційного розвитку і здатні до видозмін в процесі модернізації суспільних відносин.

До головних факторів розвитку і зростання міст належить економія на трансакційних витратах, що виникає внаслідок наближення виробників товарів та послуг до споживачів, а також зумовленого цим ефекту локалізації. Водночас в умовах домінування глобальної економіки саме ця причина гальмує зростання міст, насамперед тоді, коли його постійно зростаючі розміри збільшують витрати на інженерну, транспортну та екологічну інфраструктури, створюючи, таким чином, значні соціальні та економічні асиметрії.

Сучасне дослідження столичних мегаполісів являє собою складну міждисциплінарну поліструктурну задачу, вирішення якої потребує чіткої стратифікації дослідницьких завдань, що передбачають:

- чітку ідентифікацію термінів «місто», «агломерація», «мегаполіс» та «столичний мегаполіс», тощо, спираючись на їх сутнісну основу та ієрархічні зв'язки в межах глобальної таксономії;
- розроблення структурно-динамічної моделі розвитку столиці, котра дозволяє селектувати організаційні підходи щодо дослідження секторальної динаміки;
- виокремлення механізмів регулювання агломераційних процесів та створення науково-обґрунтованих системних стратегій розвитку таких міст;
- формування критеріальної основи діагностики розвитку мегаполісів як агломераційних центрів тощо.

Сучасні міста-мегаполіси в умовах глобалізації поступово перетворились у потужні центри потоків майже усіх видів ресурсів, капіталів, креативних кадрів, інформації. Столичні мегаполіси в умовах сьогодення трансформуються в глобальні центри прийняття рішень, проведення світових форумів та генерації нових технологічних ідей, що веде за собою домінування цілого ряду тенденцій, зокрема щодо гіпершвидкого розвитку глобальних комунікацій та інформаційних технологій, інтеграції економік країн-лідерів у глобальне середовище, інтеграції природних і антропогенних ландшафтів, посилення політичного плюралізму [1].

В умовах посилення асиметрії глобального розвитку постійно зростаючу значущість має наявність в столичному мегаполісі розгалужених ринків фінансових послуг, адже однією із загальноновизнаних відмінностей економічної інфраструктури великого міста є непропорційно розвинутий ринок фінансових послуг.

Тому зростає відповідальність мегаполісів не тільки за створення умов для економічної і ділової активності, а й за комфорт проживання звичайних мешканців, наслідки просторового планування та якості інфраструктури, за екологічний стан і сталість розвитку.

Як центри концентрації економічної активності мегаполіси мають суттєві конкурентні переваги. Водночас, на їх розвитку у першу чергу позначається й сучасна економічна нестабільність. На даному етапі де стабілізаційні фактори об'єктивно впливають на переважну більшість секторів їх економіки, матеріальної та ділової інфраструктури[2].

Для того, щоб підтримувати свої переваги на фоні динамічних зовнішніх змін, великі міста мають вдаватись до особливих моделей управління. В умовах глобальної економічної нестабільності стратегії їх розвитку вимагають постійного моніторингу та механізмів коригування.

Такі процеси актуалізують наукові дослідження феномену мегаполісу, а також, на чому потрібно зробити наголос, зміну сутнісних його

характеристик як надвеликої соціально-економічної системи у контексті сучасних динамічних процесів глобалізації та урбанізації.

Список літератури:

1. Фельдман О. «Мільйонники» з хрущоб / О. Фельдман // Українська правда. – 2009. – 07 грудня. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/columns/2009/12/7/4519009/>.
2. Урбанізація: оф. сайт ООН в Україні. – Режим доступу: <http://www.un.org/ru/youthink/globalization.shtml>.

Гришук Р.В.(магістрант)

ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МЕГАПОЛІСІВ

Друга половина ХХ століття характеризується зростанням дослідницького інтересу до розвитку великих міст міських агломерацій, що пов'язано як зі швидким збільшенням чисельності міського населення, кількості та розмірів міських поселень, так і з трансформацією значення та функцій великих міст в системі світового господарства. Сучасні мегаполіси володіють значним економічним потенціалом, розвиваючись в якості комунікаційних вузлів глобального економічного простору. В умовах трансформації світового геополітичного простору мегаполіси не лише акумулюють адміністративно-політичні функції, але і виступають в якості самостійних транснаціональних політичних гравців [1].

Концентрація передових технологій, кадрового потенціалу і освітніх структур дозволяє мегаполісам ставати центрами висококваліфікованих послуг, забезпечуючи широкий вибір можливостей для генерації інвестиційних видів діяльності. Зосередження потоків ресурсів і капіталу передбачає функціонування мегаполісів у якості транспортних вузлів і інформаційно-комунікаційних центрів. Мегаполіси також відіграють значну роль у збереженні, розвитку та трансляції досягнень культури та мистецтва.

Поняття «мегаполіс» є одним з найбільш загальних і широко вживаних у спеціальній літературі. Походження цього поняття та розвиток його значення

було досліджено багатою кількістю науковців, як і розвиток самих мегаполісів. Перші дослідження мегаполісів мали кількісний підхід, якій змінився структурно – функціональним і стали передумовою виникнення концепції «світових міст». Також виділяють системний підхід, еволюція якого сприяла поглибленню тенденцій глобалізації.

В наш час можна спостерігати наступні світові тенденції подальшого розвитку людства: урбанізацію, демографічний вибух, метрополізацію, глобалізацію, інформатизацію. Вони стосуються як цивілізації в цілому, країн світу, так і міст, які є первинним елементом більш високого рівня соціальної організації, а саме країни. Дані тенденції дають змогу зробити висновки про зміну ролі та статусу міста у загальноцивілізаційних процесах розвитку.

Сучасні міста, особливо мегаполіси, є лідерами науково-технічного прогресу, ініціаторами змін у різних сферах суспільного життя: соціальній, економічній, науковій, політичній. Відмінності у положенні міст в регіональній та національній системах, інші важливі економічні, політичні, культурні та історичні чинники обумовлюють різноманітність стратегій.

На сьогоднішній день фахівці виділяють економічну, соціально - економічну, соціологічну, функціональну, екологічну і ресурсну концепції розвитку міста. Економічна концепція міста ґрунтується на тому, що місто відіграє ключову роль у територіальному поділі праці, з високою концентрацією населення і підприємств різних галузей промисловості. Соціально-економічній концепції характерні закономірності формування й розвитку міст, які визнаються не стільки територіальним поділом праці, скільки соціально-економічним і політичним ладом суспільства, таким як державне регулювання розвитку міст. А ресурсна концепція розглядає питання власності і муніципального управління.

Найбільш поширеними методами аналітичної діяльності в рамках стратегічного планування місцевого розвитку являються соціально-

економічний аналіз; порівняльний аналіз; SWOT – аналіз (ABC-аналіз); PESTLE – аналіз та соціологічний аналіз.

Таким чином, здійснений в рамках цього дослідження аналіз свідчить, що успішний сталий розвиток міста може бути забезпечений лише за умови системного безперервного використання в управлінській практиці інструментів стратегічного управління та дієвої співпраці трьох секторів – місцевої громади, влади й підприємницьких структур. З іншого боку, стратегічне управління як спільна праця громади над визначенням власного кращого майбутнього та його досягненням ефективно сприяє самоусвідомленню громади та її згуртуванню.

Список літератури:

1. Посацький Б. С. Основи урбаністики. Територіальне і просторове планування [Текст] : навч. посіб. / Б. С. Посацький ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2015. - 368 с.

Король К. А. (магістрант)

КОНСОЛІДАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА ПРАКТИКА ЗДІЙСНЕННЯ

Консолідована фінансова звітність відображає діяльність материнського підприємства та його дочірніх підприємств як єдиного суб'єкта економічної діяльності[1, с.10].

Стратегічне управління транснаціональними корпораціями (ТНК) ґрунтується, головним чином, на консолідованій фінансовій звітності, яка узагальнює і систематизує фінансові показники результатів діяльності та економічного потенціалу всіх учасників корпорації.

Відправною точкою процесу консолідації завжди є індивідуальна фінансова звітність окремих компаній. Застосовувані принципи

бухгалтерського обліку забезпечують єдину структуру фінансових звітів, одну і ту ж валюту та дату складання балансу.

Консолідація річної фінансової звітності групи компаній здійснюється з метою представлення цілісної картини економічної ситуації. Основу складають окремі фінансові звіти, які використовуються для визначення розподілу прибутку і бази оподаткування.

Завдяки консолідованій фінансовій звітності виникає можливість проаналізувати загальний фінансовий стан та спільний фінансовий результат транснаціональної корпорації, що дає чітке уявлення про перспективи інвестування в корпорацію та її внесок у загальноекономічний розвиток країни [2, с.7].

Аналізуючи консолідовану фінансову звітність окрема увага виділяється економічним одиницям, які несуть збитки для корпорації, бо саме вони являються індикатором фінансових проблем. Таким чином, консолідована фінансова звітність є важливим елементом надання інформації учасникам ринку.

Розробка ефективної облікової політики для транснаціональної корпорації являється організаційною основою для забезпечення формування якісної та достовірної інформації при складанні консолідованої фінансової звітності.

Якщо розглядати фактори, які ускладнюють процеси консолідації облікової та звітної інформації корпорацій, то можна виокремити найголовніші із них:

- Як правило, загальноприйняті принципи бухгалтерського обліку варіюються в залежності від країни. Наприклад, МСФЗ (IFRS) та ЗПБО США (US GAAP). Положення, що стосуються бухгалтерського обліку, правових питань, оподаткування, розрізняються майже у всіх країнах світу, що впливає на бухгалтерський облік і навіть рентабельність компанії, що працює в різних регіонах. Вагоме значення грають зміни у нормативних актах, що

безпосередньо впливають на фінансову звітність корпорації, розташованої в різних географічних регіонах.

- Бухгалтерська звітність кожного окремого підприємства повинна вестися відповідно до правил і стандартів бухгалтерського обліку країни, в якій воно здійснює свою діяльність. Однак, з огляду на постійні коливання курсів різних валют, важливу роль відіграє застосування відповідних обмінних курсів для оцінки та перерахунку відповідних сум у валюту звітності, оскільки це зачіпає всі аспекти організації, тобто доходи, витрати, основні засоби, поточні активи і пасиви, акціонерний капітал, позики тощо.

- Інвестиції в зарубіжні дочірні компанії є звичайною практикою для транснаціональних корпорацій. Тому вкрай вагоме значення має знецінення інвестицій у дочірні компанії, особливо у підприємства, які зазнають збитків і / або перебувають у країнах з нестабільним політичним та економічним становищем.

- Використанням трансфертного ціноутворення, тобто фіксування ціни товарів і послуг, що реалізуються між пов'язаними організаціями, в рамках групи організацій. Трансфертне ціноутворення призводить до встановлення цін між підрозділами всередині підприємства і може використовуватися як метод розподілу прибутку для віднесення чистого прибутку (або збитку) багатонаціональної корпорації до розрахунку податку на країни, в яких вона веде бізнес [5]. Таким чином, належний облік з точки зору трансфертного ціноутворення і внутрішньокорпоративного розподілу витрат дуже бажаний для транснаціональних корпорацій, які залучені в регулярні фінансові операції з глобальними дочірніми компаніями.

Висновок: Чітка і комплексна облікова політика забезпечує належне управління групою та контроль за дочірніми підприємствами з боку материнського підприємства. Процеси консолідації облікової та звітної інформації корпорацій обтяжуються багатьма факторами, в тому числі: відмінностями в традиційних моделях організації бухгалтерського обліку та системах їх стандартизації у різних країнах; складністю структури

корпоративної власності; різноманітністю пайових інструментів; використанням трансфертного ціноутворення для оптимізації податкових платежів тощо.

Список літератури:

1. Directive on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings of the European parliament and of the council of 26 June 2013 N 2013/34/EU // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02013L0034-20141211&from=EN>
2. <https://cdn.ifrs.org/-/media/feature/around-the-world/adoption/use-of-ifrs-around-the-world-overview-sept-2018.pdf>
3. Куцик П.О. Призначення консолідованої фінансової звітності: теоретичний аспект/ П.О. Куцик, Н.Телюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://donduet.edu.ua/attachments/article/2013/Tezis_28_11_13.pdf
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 27 «Консолідована та окрема фінансова звітність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_045
5. Transfer pricing and its effect on financial reporting by John Mckinley. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.journalofaccountancy.com/issues/2013/oct/20137721.html>

Ісаєв М.

ГЕНЕЗИС ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ В СФЕРІ АУДИТУ

З чого починалась велика четвірка? Ще в позаминулому столітті почали розвиватись процеси, які потім назвали глобалізацією економіки, транснаціоналізацією виробництва тощо. Все це вимагало формування незалежних аудиторських компаній, які можуть працювати з клієнтами, які мають бізнес на різних континентах. Існуюча на той момент система з сотень маленьких аудиторських компаній, які працювали на національному рівні, була не в змозі задовільнити потреби ринку. Це призвело до першого великого етапу M&A: маленькі компанії почали об'єднувати свій бізнес, тому це був єдиний шлях задовільнити потреби ринку. Так на початку ХХ ст. (у 1910 р.) сформувалась велика аудиторська вісімка: Arthur Andersen, Coopers and Lybrand, Ernst&Whinney, Deloitte Haskins&Sells, Peat Marwick

Mitchell, Price Waterhouse, Touche Ross и Arthur Young. Скільки з них взагалі існують? Я погоджусь в цьому питанні з трьома відповідями: з суто юридичної точки зору відповідь однозначна – нуль, жодної не існує; з економічної точки зору існує або чотири компанії (велика четвірка), або сім. Щоб зрозуміти, чому відповідь на це питання не однозначна, потрібно проаналізувати шлях розвитку галузі.

Якщо перенестись майже на 80 років з моменту формування великої вісімки, ринок за майже століття дуже сильно змінився. Достатньо подивитись на зміну світового ВВП за це період, найпростіший, найбанальніший показник, але він продемонструє нові масштаби. Саме це і було ключовим фактором нового укрупнення – нового великого етапу M&A на аудиторському ринку. Кожна з великих компаній намагається купити свого конкурента або поглинути якусь маленьку компанію щоб стати крупнішим. У 1987 році PeatMarwickMitchell, одна з компаній вісімки, здійснила одне з найбільших об'єднань – злиття з KlynveldMainGoerdeler. Так і з'явилась компанія KPMG. Далі, 1989 рік, в результаті злиття Deloitte, HaskinsandSells и ToucheRoss з'явилась компанія Deloitte&Touche, а в результаті злиття Ernst&Whinney и Arthur Young - Ernst&Young. Таким чином, вісімка стала шісткою. А ще через дев'ять років злилися Price Waterhouse та Coopers&Lybrand – PwC. В результаті цих процесів маємо новий розподіл сил, нове становище на ринку аудиту: велика п'ятірка: EY, Deloitte, PwC, KPMG, ArthurAndersen. Але зараз ми маємо четвірку, не п'ятірку. Компанія ArthurAndersen припинила своє існування після скандалу з Enrony США. Технічно це не зовсім було M&A, хоча у певних регіонах такі процеси відбувались. Аудитори ArthurAndersen не впорались з аудитом енергоконцерну Enron, який завдяки махінаціям показував мільярди доларів фіктивного прибутку. Коли це з'ясувалось, американська комісія з цінних паперів та фондового ринку відібрала аудиторську ліцензію у ArthurAndersen, що дефакто стало кінцем існування компанії. На рівні глобального офісу не було ніяких M&A, хоча на регіональних рівнях – були.

Наприклад, регіон СНД. Офіс ArthurAndersen в країнах СНД немає жодного відношення до діяльності американського, єдине, що вони працюють під спільним брендом, але скандал з Enronне дискредитує ArthurAndersenінших регіонів. Так, працівники ArthurAndersen стверджували, що вони в Україні через американський скандал не втратили жодного клієнта, хоча працювати далі як ArthurAndersen не було можливості. Таким чином, ми підійшли до останнього на сьогодні великого поглинання в сегменті аудиторських послуг - ArthurAndersen та Ernst&Young. Хоча в ЕУзараз нічого не нагадує про ArthurAndersen, що цілком зрозуміло, дефакто це було поглинання. Команди об'єднались, 5 з 6 аудиторських партнерів ЕУUkraineбули на той момент працівникамиArthurAndersen, офіс ЕУ Ukraine на Хрещатику теж належав ArthurAndersen.

За даними звітів компаній на 2020 рікзагальний дохід четвірки складає більше 150 млрд дол США. Світовими лідерами за доходами у 2019 р. є Deloitte з доходом в 47,6 млрддол США, PwC – 43,0млрддол США, Ernst&Young – 37,2 млрддол США, KPMG – 29,75млрддол США.

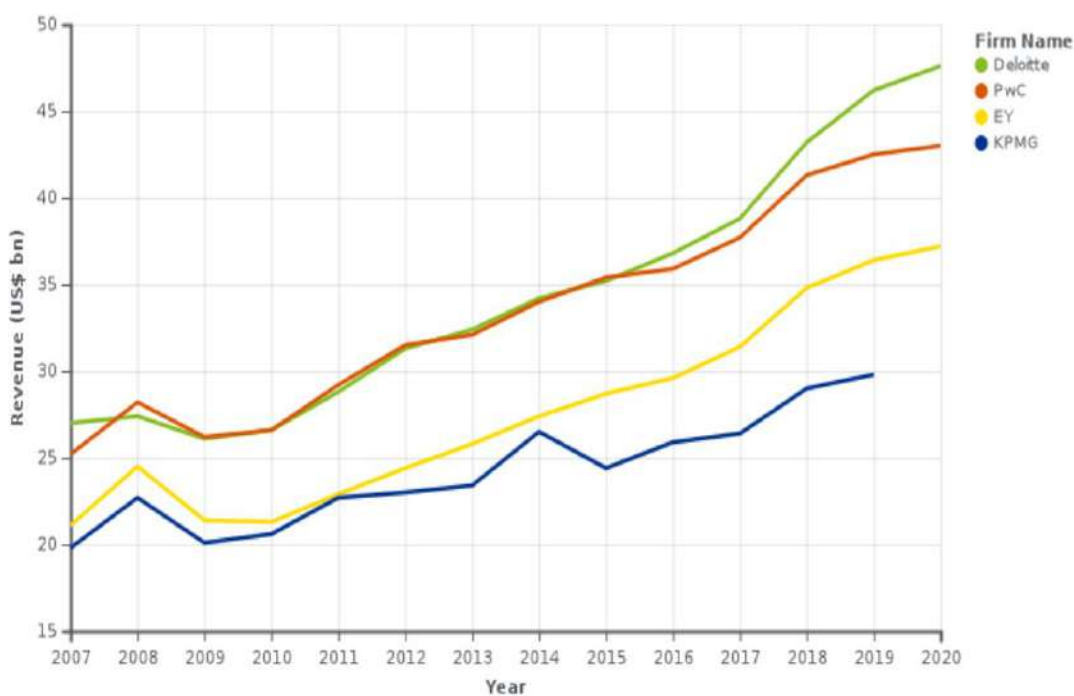


Рис. 1. Дохід аудиторських фірм великої четвірки (млрд доларів США)
Джерело: складено автором на основі даних [1,2,3,4].

Зробивши висновки, можна чітко прослідкувати тенденцію: чим більший ринок аудиторських послуг, тим менше компаній, тим більше укрупнень. Фактично чотири компанії контролюють 60-70% ринку аудиторських послуг, а якщо дивитись на великі компанії (компанії з промислових індексів), то частка буде перевищувати 90%. Чи будуть далі ще якісь M&A? Невідомо, але можемо припустити, що будуть. Можливо, злиття буде результатом скандалу. Так, наприклад, німецький EY зараз опинився в центрі скандалу з компанією Wirecard. Але якщо вірити первинній інформації, яку оприлюднюють ЗМІ та посадові особи, аудитори не винні у тому, що трапилося.

Список літератури:

1. "2020 Global Impact Report". Deloitte. Retrieved 20 September 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/au/en/pages/about-deloitte/articles/wa-stock-exchange-index-september-2020.html>
2. "EY reports global revenues of US\$37.2b in 2020". EY. Retrieved 13 September 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ey.com/en_gl/news/2020/09/ey-reports-global-revenues-of-us-37-2b-in-2020
3. PricewaterhouseCoopers. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2020/global-annual-revenues.html>
4. "KPMG announces strong FY19 global revenue growth". KPMG. Retrieved 13 September 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://home.kpmg/xx/en/home/media/press-releases/2019/12/kpmg-announces-strong-fy19-global-revenue-growth.html>

Лозовий Д.Р. (магістрант)

ВПЛИВ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ НА ДІЛЬЯНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Тенденції податкової політики мають сильний вплив на розвиток економічного стану країн, а тому сплата податків вважається громадянським обов'язком, хоч це і є вимогою закону. Податки та збори стосуються будь-якого суб'єкта міжнародного фінансового середовища, зокрема з позиції кожного економічного суб'єкта. Регулювання податків та податкових

платежів відбувається відповідно до становлення законодавчих актів в тій чи іншій країні. Саме через це податкова політика знаходить форму, як невід'ємного постулату фінансової політики, яка виявляється в формуванні впливу на розвиток економіки.

Економічна діяльність відображає баланс між тим, що люди, підприємства та уряди хочуть придбати, і тим, що вони хочуть продати. Впливаючи на стимули, податки можуть впливати як на фактори попиту та пропозиції. Наприклад, зниження граничних ставок податку на заробітну плату може спонукати людей працювати більше. Збільшення податку на прибуток може залучити до робочої сили більше низькокваліфікованих робітників задля зменшення заробітної плати працівників. Зниження граничних ставок податку на прибуток від активів (таких як відсотки, дивіденди та приріст капіталу) може стимулювати заощадження. Зниження граничних ставок податку на прибуток від бізнесу може призвести до того, що деякі компанії почнуть інвестувати в країну, а не за кордон, що призведе до збільшення чистого фінансового результату підприємства. Податкові пільги для досліджень можуть спонукати до створення нових ідей, що буде спонукати економічне процвітання держави.

Однак потрібно звернути увагу на те, що зменшення податків може мати від'ємні наслідки для пропозиції. Саме «ефект доходу» протистоїть «ефекту заміщення», коли зменшенні податкові ставки збільшують фінансову винагороду [1]. Це полягає у тому, що при зменшенні на суму податків реальних доходів приватне споживання товарів і послуг, а також блага вільного часу, відповідно скорочується. Більше того, якщо податок викликає значний перерозподіл доходів, а різні соціальні групи мають неоднакові схильності до заощадження та різні структури споживання, тоді перерозподіл суттєво видозмінює попит на товари і ресурси, що впливає на пропозицію праці.

Зниження податків також може сповільнити довгострокове зростання. Коли економіка функціонує майже потенційно, державні запозичення

фінансуються шляхом переорієнтування певного капіталу, які можуть бути переслані на приватні інвестиції, або за рахунок запозичень у іноземних інвесторів. Таким чином, державні запозичення або витісняють приватні інвестиції, зменшуючи майбутні виробничі потужності порівняно з тими, якими вони могли б бути, або зменшують майбутні доходи, які надходять від цих інвестицій резидентам країни.

Все це впливає на довгострокові наслідки податкової політики, які залежать не лише від стимулюючих наслідків, але й від їх бюджетних наслідків. Наприклад, якщо уряд знизить граничні ставки податку на доходи фізичних осіб, довгострокові наслідки можуть бути як позитивними, так і негативними, залежно від того, чи перевищують наслідки впливу на заощадження та інвестиції для потенційного стримування від збільшення дефіциту.

Також, уряд має необхідність у стійких джерелах фінансування соціальних програм та державних інвестицій для сприяння економічного зростання та розвитку. Програми, що забезпечують охорону здоров'я, освіту, інфраструктуру та інші послуги, важливі для досягнення спільної мети процвітаючого, функціонального та упорядкованого суспільства. І вони вимагають, щоб уряд отримував надходження до бюджету. Оподаткування не тільки платить за суспільні товари та послуги, адже це ключовий компонент соціального договору між громадянами та економікою. Яким способом збираються та витрачаються податки, може визначити легітимність уряду. Притягнення до відповідальності уряду заохочує ефективне адміністрування податкових надходжень та, більш широко, належне управління державними фінансами.

Так наприклад, сума податкової вартості має значення для підприємств заради інвестицій та зростання. Там, де податки високі, бізнес більше схильний до ухилення від податків шляхом оптимізації, яке не завжди відбувається законним шляхом. Дослідження показує, що більш високі податкові ставки пов'язані з меншою кількістю офіційного бізнесу та

меншими приватними інвестиціями. Збільшення ефективної ставки податку на прибуток підприємств на 10 процентних пунктів пов'язане зі зменшенням відношення інвестицій до ВВП до 2 процентних пунктів та зменшенням ставки надходжень до бізнесу приблизно на 1 процентний пункт [2]. Збільшення податку, еквівалентне 1% ВВП, яке зменшує обсяг виробництва протягом трьохнаступних років майже на 3 % [3]. Дослідження, що розглядаються рішеннями транснаціональних фірм щодо того, куди інвестувати, свідчать про те, що збільшення на 1 відсотковий пункт статутної ставки податку на прибуток підприємств призводить до зменшення місцевого прибутку від існуючих інвестицій в середньому на 1,3% [4]. Збільшення ефективної ставки податку на прибуток підприємств на 1 процентний пункт зменшує ймовірність створення дочірнього підприємства в економічному секторі на 2,9%. [5].

Податки сприяють підвищенню рівня життя в країні. Чим вищий рівень життя, тим сильнішим і вищим є рівень споживання. Підприємства процвітають, коли існує ринок їх товарів та послуг. За умови вищого рівня життя підприємства також могли б бути впевнені у вищому внутрішньому споживанні. Податки є надзвичайно важливими, і кожен громадянин має отримати користь від цих податків. Ось чому важливо, щоб громадяни намагалися сплачувати податки і розуміли, що це має бути не просто "захоплення грошей" від уряду. Тому саме відносна стабільність економічного стану країни залежить від відношення податкових надходжень до ВВП, незалежно від існуючої податкової політики у часі. Найкращий спосіб задати експоненціальне зростання доходів – це зростання економіки за допомогою стимулюючої податкової політики.

Список літератури:

1. Economics 3030: Intermediate Microeconomic Theory [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://canvas.cornell.edu/files/1749676/download?download_frd=1#:~:text=Under%20the%20Slutsky%20decomposton%2C%20the,money%20income%2C%20and%20vice%20versa.

2. Djankov, Simeon, Tim Ganser, Caralee McLiesh, Rita Ramalho and Andrei Shleifer. 2010. "The Effect of Corporate Taxes on Investment and Entrepreneurship." *American Economic Journal: Macroeconomics* 2 (3): page 31–64.

3. Romer, Christina, and David Romer. 2010. "The Macroeconomic Effects of Tax Changes: Estimates Based on a New Measure of Fiscal Shocks." *American Economic Review* 100: page 763–801

4. Huizinga, Harry, and Luc Laeven. 2008. "International Profit Shifting within Multinationals: A Multi-Country Perspective." *Journal of Public Economics* 92: page 1164–1182.

5. Nicodème, Gaëtan. 2008. "Corporate Income Tax and Economic Distortions." CESifo Working Paper 2477, CESifo Group, Munich.

Морозюк О.О. (магістрант)

ДІЯЛЬНІСТЬ ОФШОРНИХ ЦЕНТРІВ

Офшорні схеми не є сучасними явищем, вони використовувались навіть за часів стародавніх Афін, коли був введений двовідсотковий імпорتنний та експортний податок. І для уникнення сплати податку грецькі та фінікійські купці почали об'їзжати територію Афін в двадцять миль. Незабаром в якості податкових притулків виступали прилеглі дрібні острови, куди завозилися без сплати мит і податків контрабандні товари.

Під офшорною зоною (від англ. offshore – «поза берегом») слід розуміти країну або її окрему частину, де діють особливі правила реєстрації та надаються податкові й інші пільги іноземним компаніям за умови, що вони не здійснюють господарських операцій на території даної країни.

Офшорні центри мають такі характеристики:

- юрисдикції, у яких фінансові установи займаються бізнесом з нерезидентами;
- низьке або нульове оподаткування;
- помірне або незначне фінансове регулювання;
- банківська таємниця та анонімність.

Окрім того, що офшорні зони функціонують як податкові гавані або юрисдикції з високим ступенем анонімності, вони також використовуються як платформи для отримання кредиту, структурування фондів, створення

компаній, захисту інвестицій тощо. Залежно від визначення, до 100 юрисдикцій у всьому світі можуть бути класифіковані як офшорні центри.

Умовно офшорні фінансові центри можна розділити на дві групи. До першої групи входять офшорні зони, які можна охарактеризувати як стовідсоткові (класичні) офшори, так звані «податкові гавані», «податкові притулки», або «taxhaven». Найчастіше це невеликі острівні держави з низьким рівнем розвитку економіки. Ці офшорні зони відрізняє спрощена процедура реєстрації компаній, мінімальні вимоги з боку влади до звітності та величини статутного капіталу, повна відсутність або чисто символічні податки, замість яких стягується фіксований збір, що залежить від розміру статутного капіталу [3, с. 135].

Другу групу часто називають респектабельними офшорами. Сюди належать держави, де окрім офшорних підприємств, що належать нерезидентам, існують звичайні офшорні. У цих офшорних зонах з офшорних підприємств не стягуються податки (чи справляються за мінімальною ставкою), влада в тій або іншій мірі контролює їх діяльність, що обумовлює необхідність ведення підприємством повноцінної бухгалтерської звітності.

У рейтингу офшорних центрів 2019 року було визначено основну групу офшорних зон, які структурно охоплюють найбільшу частку запасів та потоків офшорного капіталу у всьому світі. Класифікація розроблена відповідно до їх використання інвестиційними фондами, ТНК та банками. У порядку ранжування основну групу складають: Кайманові острови, Люксембург, Бермудські острови, Гонконг, Нідерланди, Ірландія, Багами, Сінгапур, Бельгія, Британські Віргінські острови та Швейцарія [5].

Серед глобальних недоліків офшорних центрів можна визначити: ухилення від податків, недобросовісна податкова конкуренція, підтримка тіньової економіки, вплив на соціальну ситуацію в країні, створення умов для відтоку капіталу, створення елементів нестабільності у світовій економіці та фінансах у зв'язку з можливістю накопичення в офшорних зонах великих

обсягів капіталів, насамперед спекулятивних, отримання поза конкурентних переваг тими компаніями, які використовують офшори[4, с. 75].

Існуючі тенденції офшоризації призводять до посилення волатильності на фінансово-інвестиційних ринках, а також до появи міжнародних фінансових центрів та периферії, до збільшення розриву між багатими країнами світу та бідними країнами (в основному це країни з ринком, що формується). Тому тема офшоризації та легалізації капіталу в умовах посилення глобалізаційних процесів буде актуальною особливо з настанням чергової фінансово-економічної кризи.

Список літератури:

1. LuigiWewege. What Are The Advantages And Disadvantages Of Offshore Banking? [Електронний ресурс] / LuigiWewege. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.lowtax.net/articles/What-are-the-Advantages-and-Disadvantages-of-Offshore-Banking-595305.html>.

2. Офшорні юрисдикції як інструмент міжнародного податкового планування: світовий досвід їх створення. // Світ науки. – 2014. – №1. – С.2-9.

3. В.В.Руденко. ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ОФШОРНИХ ЗОНАХ: ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ / В. В.Руденко. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – №1. – С. 133–138.

4. Сучасна офшоризація бізнесу у конструкті національної фіскальної безпеки. // МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА. – 2019. – №1. – С. 70–112.

5. Offshore Finance. How Capital Rules the World [Електронний ресурс] // Longreads. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://longreads.tni.org/stateofpower/offshore-finance>

Савкун А.О. (магістрант)

СУЧАСНА ПАРАДИГМА КРЕАТИВНОГО МІСТА: АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ

Креативність стала достатньо важливою для міської та регіональної економіки. Вона зосереджена на ролі творчості, креативних індустрій, креативної економіки, креативного класу та креативних міст для сучасної міської економіки. Концепція креативного міста вказує на ідею, що сила майбутньої економіки лежить в межах розвитку творчого міста. Спираючись на колективну силу своїх креативних індустрій, ці міста стимулюють новий

бізнес, стимулюючи інновації, залучаючи таланти та інвестиції, а також прискорюючи розвиток міст та покращуючи загальну якість життя своїх жителів. Мета креативного міста - змусити нас думати про своє місто як про живий витвір мистецтва, де громадяни можуть залучати та брати участь у створенні перетвореного місця. Кожне місто може бути більш креативним, ніж воно є зараз, і завданням міста, яке хоче бути творчим, є виявлення, виховання, використання, просування, залучення та підтримка талантів та мобілізація ідей, ресурсів та організацій.

Дослідженню креативного сектору економіки та сучасних парадигм креативного міста присвячено праці ряду українських та іноземних науковців: С. Д. Щеглюк, О. Є. Кузьмін, Л. К. Семів, О. С. Марченко, Н. Е. Деева, Барбара Б.Х, Метью Дж. Кіфер, Джастін О'Коннор, Лілі Конг та ін.

Аналізуючи останні дослідження, все більше науковців звертають увагу на негативний вплив пандемії COVID-19 на розвиток креативної складової економіки міста. Креативність міста є ознакою розвиненості. Наприклад, креативний сектор у Великобританії є другим за величиною сектором в країні після банківської справи. Також науковці спостерігають тенденцію залежності рівня цін від креативності. Чим креативніше місто, тим воно дорожче. Чим дорожче, тим менше місць потрібно для інкубування контенту, незважаючи на те, що успіх контенту є причиною того, що місто стає відомим як творче. Незважаючи на те, що творчі сектори зростали набагато швидше, ніж решта економіки у таких розвинених країнах як у США, так і у Великобританії, ми стикаємось із кризою в нашій культурній інфраструктурі, що сприяє нерівності. Місця та простори, які нам потрібно створити, - а також землекористування, зонування та регуляторна політика для їх підтримки - не йде в ногу з можливостями, які надає творчий клас.

Мета статті – дослідження аналітичних аспектів сучасної парадигми креативного міста.

Культурна та креативна індустрія (ТПІ) розглядається як рушій зростання економічного та міського розвитку у багатьох містах світу.

Капіталістичний економічний розвиток та урбанізація за останні десятиліття спричинили зростання економіки, заснованої на знаннях та творчості, та збільшення розриву в доходах. Спроби реалізувати стратегію розвитку міст під керівництвом творчості на тлі сходження економіки, заснованої на знаннях, призвели до популярності міської та регіональної політики інклюзивного зростання.

Визначення креативу може різнитися залежно від міста, як і залежність міста від цих креативних сфер для туризму та економічних доходів. Тільки в Пенсільванії існує 225 незалежних майданчиків з живою музикою, які заробили 1,36 мільярд доларів у 2019 році та підтримали 10 000 робочих місць.

Широкий перехід до цифрового програмування допоміг багатьом із цих майданчиків і виконавцям залишатися на плаву, оскільки громади перекладають свою роботу в Інтернеті - і міста можуть зробити більше роботи, щоб скористатися цифровими ресурсами, сказав Наклз.

Кожен із секторів креативного класу індивідуальний і вимагає індивідуального підходу. І планові відділи їх підводять. Наприклад, немає механізму для розподілу майбутніх податкових надходжень для фінансування масових проектів шляхом розрахунку їх прогнозованої цінності для їх спільнот.

Візьмемо, наприклад, Велику Британію. Існує структура фінансування збільшення податків (TIF), яка передбачає, що для основної інфраструктури, такої як дороги, транспорт і велосипедні смуги, кожен витрачений фунт стерлінгів приносить 10 фунтів стерлінгів за економічну вигоду протягом двох десятиліть. Таким чином, очікувані податки на нерухомість, якими буде обкладатися таке землекористування, розблоковуються у вигляді позики, забезпеченої прогнозованою економічною вигодою, яку це використання принесе. Модернізація лондонського метрополітену, лондонська система поїздів Crossrail і поліпшення доріг - все це отримує фінансування від TIF, як і великі проекти змішаного використання житла. Але культурна

інфраструктура обговорюється пізніше в положеннях про використання спільноти, і цей процес регулюється так званими зобов'язаннями, прогнозує моделювання, яке застосовується до масової культурної інфраструктури, не застосовується, тому воно не вважається придатним для фінансування ТІФ, за винятком великих арен абостадіонів.

В умовах глобалізації та урбанізації, розвитку економіки послуг, креативна індустрія міст буде зростати. За даними Goldman Sachs, тільки музична індустрія зросте вдвічі і до 2050 року буде коштувати 80 мільярдів доларів. Не існує міста, яке не хотіло би процвітаючої музичної і культурної сцени, фестивалів і брендів «музичного міста», які щось значать. Це приваблює інвесторів, піднімає їх в індекси «кращих місць для життя» та стимулює економіку та рівень життя населення.

Мілан та Париж розглядаються як національні будинки моди, кустарне виробництво та традиційні установи, такі як галереї та виставки. Нью-Йорк орієнтований на засоби масової інформації та розваги, незалежних дизайнерів та "галасливе" соціальне життя. Лондон змальовується найрізноманітнішим чином: середподій, покупок, освіти, громадських рухів, політичних питань та королівської родини. У кожному випадку історична спадщина та забудова навколишнього середовища складають важливі частини іміджу міста.

Це вимагає визнання того факту, що з розвитком творчих робочихмісць повинно відбуватися збільшення фінансування інфраструктури, стимулів і програм, щоб не тільки підтримати їх в майбутньому, а й зберегти їх. В іншому випадку, все це сприятиме посиленню нерівності за рахунок культурного розвитку.

Формування стратегії розвитку великого міста є надзвичайно важливим процесом, який необхідний для досягнення гармонізованого, сталого розвитку суспільства. Безперечно, стратегія міста повинна реагувати на такі нетрадиційні події, як COVID-19, плани вирішення цієї конкретної епідемічної ситуації повинні додатково підготувати великі міста до сприяння поліпшення повсякденного життя їхніх громадян.

Список літератури:

1. Here's how cities can protect creative industries from gentrification" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://citymonitor.ai/fabric/here-s-how-cities-can-protect-creative-industries-gentrification-4951>
2. The Cultural and Creative Cities Monitor: 2019 Edition. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/cultural-and-creative-cities-monitor-2019-edition>
3. Future cities: Driving growth through the creative economy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://creativecities.eiu.com/>
4. Global cities join forces to support the 'creative economy'. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.smartcitiesdive.com/news/global-cities-support-creative-economy-bloomberg-philanthropies/588081/>
5. РОЗВИТОК КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf
6. Sustainable Creative Economy in Cities: Comparative Analysis of Capital Cities in the EU [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/330107066_Sustainable_Creative_Economy_in_Cities_Comparative_Analysis_of_Capital_Cities_in_the_EU

Соколов А. Д. (магістрант)

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК ПІД ВПЛИВОМ ПОДАТКОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЕРЖАВИ

Для створення сприятливого середовища ведення бізнесу та забезпечення передумов розвитку економіки держава за допомогою певних інструментів, податків зокрема, впливає на суб'єктів підприємницької діяльності. Водночас, сучасна міжнародна система оподаткування трактує ТНК як відокремлені організації, що діють у різних країнах. Це дає змогу ТНК використовувати агресивні схеми уникати оподаткування та сплачувати низьку ефективну податкову ставку.

Це ухилення від сплати податків в основному передбачає два пов'язані методи. По-перше, ТНК створюють дочірні компанії у країнах, що не мають податку на прибуток або використовують свої підрозділи в ролі "холдингових компаній" для володіння активами, такими як права інтелектуальної власності, облігації чи акції.

По-друге, оцінка внутрішньофірмових операцій у рамках ТНК впливає на глобальний розподіл податкової бази між країнами походження та резиденства. У більшості країн використовується принцип витягнутої руки, який передбачає, що внутрішні ціни між пов'язаними сторонами повинні відповідати цінам, які використовуються між незалежними сторонами. Проте, незважаючи на керівні принципи ОЕСР та ООН, може бути значний простір для суб'єктивного тлумачення. Концептуально, може бути, що не існує "правильної" ціни на певний товар, якщо немає порівнянних третіх сторін. З огляду на ці слабкі сторони в реалізації принципу "витягнутої руки", ТНК можуть використовувати штучно низькі ціни на експорт, проданий з країн з високим податком до країн з низьким податком, або штучно високі ціни на матеріали, що надходять із країн з низьким податком зменшивши тим самим глобальне податкове зобов'язання. Також відомо, що уряди використовують податкову систему як для залучення іноземних інвестицій, так і для отримання важелів впливу на ТНК, які, на їх думку, несправедливо уникають оподаткування у своїй юрисдикції. Отже, часто існують конкуруючі стимули, що призводять до суперечливих цілей між країною походження ТНК і країнами, де вони ведуть бізнес. Крім того, багато країн широко визначено як податкові гавані.

Податковим притулком може бути будь-яка країна, яка знижує встановлені законодавством податкові ставки для залучення іноземних інвестицій. Порівняно низька податкова ставка не тільки потенційно залучає інвестиції, але й, ймовірно, збільшує стимули для фірми, що працює в сусідній юрисдикції з високим податком, перекласти свій прибуток з юрисдикції з високим податком на свого сусіда з низьким податком. Відомо, що США та Великобританія особливо прискіпливі у переслідуванні платників податків, що використовують агресивні схеми зменшення оподаткування[1].

Однак багатонаціональні податкові правила багатьох країн досить схожі. Це в першу чергу пояснюється відповідністю, що виникає в податкових договорах на основі типового договору, викладеного Організацією економічного співробітництва та розвитку.

На сьогодні уряди багатьох держав приділяють увагу питанню виваженої податкової політики, тому що міжнародними компаніями активно використовуються схеми оптимізації оподаткування. Процес обґрунтованого податкового регулювання є важливим для зменшення обсягів тіньової економіки, оскільки ухилення від сплати податків призводить до її формування. Транснаціональні корпорації за допомогою важелів трансфертного ціноутворення намагаються мінімізувати обсяги податкових платежів. Держава, у свою чергу, розробляє заходи протистояння таким явищам. У кожній країні податкова система має свої особливості та унікальні засоби впливу на суб'єктів господарювання.

Список літератури:

1. Beer S. International Corporate Tax Avoidance: A Review of the Channels, Magnitudes, and Blind Spots [Електронний ресурс] / S. Beer, R. Mooij, L. Liu // International Monetary Fund. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2018/07/23/International-Corporate-Tax-Avoidance-A-Review-of-the-Channels-Effect-Size-and-Blind-Spots-45999>.

Тусик Х. Р. (магістрант)

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВЕЛИКИХ МІСТ: МЕТОДИКА І ПРАКТИКА

За підрахунками ООН, 55% світового населення мешкає в міських районах – показник, який, за прогнозами, зросте до 68% до 2050 року. Оскільки урбанізація прискорюється, особливо в країнах Азії та Африки, найбільшими проблемами, з якими стикається майбутнє великих міст є екологічні загрози, ресурси, нерівність між багатими та бідними мешканцями, технології, місцеве управління. Міста у всьому світі дедалі більше дізнаються про найкращі практики управління та планування одне від одного, навіть незважаючи на те, що вони залишаються підзвітними своїм відповідним національним урядам. Широкі цілі міського управління повинні вирішувати питання справедливості, життєздатності та стійкості у містах майбутнього через формування стратегії розвитку.

Дослідженню формувань стратегій великих міст присвячено праці ряду українських та іноземних науковців: І. Ансоф, В.Л.Квінт, А. Томпсон, Дж. Стрікленд, М. Портер, М. Хамель, О. Віханський, Г. Мінцберг, К. Ендрю, М. Роберт, О. Водачкова, Б. Санто, В.О. Вінокуров, В. Савчук та ін.

Аналізуючи останні дослідження, все більше науковців звертають увагу на переформатування існуючих стратегій великих міст через світову проблему пандемії COVID-19. Планування міст з метою відповіді на епідемічні загрози вимагає динамічного підходу, здатного протистояти постійній трансформації зовнішніх та внутрішніх умов. Країни планують цю трансформацію по-різному, виходячи з їх інтерпретації ризиків та міжнародних угод.

Мета статті – дослідження теоретичних і практичних аспектів стратегії розвитку великих міст.

Стратегічне планування – це не просто холодне технічне завдання, яке визначає майбутні цілі, які потрібно досягти, та дії, які потрібно вжити. Вона потребує глобального почуття мети та спрямування, здатного направляти виконавців у щоденному виборі того, які дії слід вжити для отримання очікуваних результатів.

З середини 1980-х років у західноєвропейських країнах почала з'являтися цікавість до стратегічного планування з боку органів влади. В США методи стратегічного планування стали використовуватись державними органами управління з початку 1970-х рр. при створенні комплексних соціально-економічних програм розвитку і планування діяльності соціальних та муніципальних служб [5].

Процес формування стратегії міст в Україні раніше обмежувався в більшій мірі просто річним планом, з вузьким фокусом, на обмеженій території, зазвичай з включенням до цього плану суто поточних термінових заходів без послідовних дій для подальшого розвитку. За допомогою програм іноземних урядів та міжнародних організацій (Канади, США, ПРООН, країн ЄС і Ради Європи) з 1998 року в Україні було реалізовано багато проектів по стратегічному плануванню розвитку міст.

План розвитку міста повинен створюватися на основі аналізу стану і перспектив розвитку соціально-економічної та політичної ситуації в країні, регіоні та місті, з урахуванням матеріальних, інтелектуальних та інших ресурсів.

За змістом стратегічний план розвитку повинен охоплювати всі напрямки розвитку міста: економічний, соціально-культурний, містобудівний, екологічний та інші. План повинен бути представлений у вигляді прогностичного документу з певним генеральним сценарієм розвитку.

Схема розробки стратегічного плану міста представлена на рис. 1.



Рис 1. Схема стратегічної розробки міста [4]

Основні стратегічні цілі інтегрованого розвитку європейських країн, визначені Лейпцизькою хартією “Міста Європи на шляху сталого розвитку” та Резолюцією Європейської комісії 2014 року, беззаперечно, створюють підґрунтя для розроблення концепцій інтегрованого розвитку міст не лише у країнах Європи, а й у тих країнах, що обрали для себе європейський вектор розвитку, зокрема в Україні.

У США на рівні міст функціонують спеціалізовані комісії або агенції з економічного розвитку, які відповідальні за підготовку цільових програм, спрямованих на підвищення якості життя населення міста, посилення конкурентних позицій тощо. До переліку основних таких програм можна віднести сприяння розвитку бізнесу, зростанню обсягів виробництва перспективних товарів і послуг, створенню робочих місць.

Формування стратегії розвитку великого міста є надзвичайно важливим процесом, який необхідний для досягнення гармонізованого, сталого розвитку суспільства, у якому добробут людей, природні ресурси, навколишнє середовище, втілений у досягнення науки, освіти, прогресивних технологіях є рівносильними категоріями, що взаємно збагачують одна одну. Беззаперечно, стратегія міста повинна реагувати на такі нетрадиційні події як COVID-19, плани вирішення цієї конкретної епідемічної ситуації повинні додатково підготувати великі міста до сприяння поліпшення повсякденного життя їхніх громадян.

Список літератури:

1. Chan Heng Chee, Harvey Neo “5 big challenges facing big cities of the future” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/agenda/2018/10/the-5-biggest-challenges-cities-will-face-in-the-future/>
2. Carlo Pisano. Strategies for Post-COVID Cities: An Insight to Paris En Commun and Milano 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/343141364_Strategies_for_Post-COVID_Cities_An_Insight_to_Paris_En_Commune_and_Milano_2020
3. Сич О.А. Податкові інструменти фінансування економічного розвитку постпромислових міст / О.А. Сич // Вісник ЛДФА / голов. ред. Буряк П.Ю. – No26. – Львів: ЛДФА, 2014. – С.85–91.

4. Карлова О.А. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/6819/1/vestnik_HPI_2012_14_Karlova_Formuvannia.pdf
5. Храбров Е.А. Зарубежный опыт стратегического планирования развития отдельных территорий./ Актуальные вопросы современной науки: сб. науч. тр. Вып. 16 – 2010 – с. 378-386

Хом'як С.Л. (магістрант)

ПРОБЛЕМИ УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ ТНК В КРАЇНАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

Об'єктивною реальністю є факт, що транснаціональні корпорації мають можливість зменшувати податкове навантаження, переміщуючи прибуток з країн з високими корпоративними податками в країни з низьким корпоративним податком. Як свідчать емпіричні дані, глобальні втрати державного доходу, спричинені переміщенням прибутку, вимірюються сотнями мільярдів доларів і з часом збільшуватимуться[4]. Хоча майже всі наявні факти стосуються розвинутих країн, залишаються невизначеними масштаби зміни прибутку в країнах, що розвиваються.

Основною проблемою багатонаціонального оподаткування є те, що існує принаймні дві юрисдикції, які можуть претендувати на право оподаткування доходів фірми. Фірми, які працюють лише в межах однієї юрисдикції, стикаються з одним набором законодавчих ставок податку. Фірми, які працюють у кількох юрисдикціях, не лише підпадають під дію декількох наборів податкових ставок, але й декількох наборів податкових норм, що веде до безлічі потенційних податкових зобов'язань, що стоять перед цими фірмами [3].

За чинною міжнародною системою оподаткування транснаціональні корпорації часто можуть зменшувати свої глобальні податкові зобов'язання за допомогою діяльності з переміщення прибутку. Типові приклади включають маніпуляції з трансфертним ціноутворенням, внутрішнім боргом компанії та стратегічним розташуванням нематеріальних активів, таких як інтелектуальна власність. Така діяльність компанії також може бути

зумовлена бажанням вберегти компанію від політичних ризиків, таких як експропріація, та бажанням захиститися від можливого державного краху[2], особливо у країнах, що розвиваються.

Протягом останніх декількох десятиліть багато країн ухвалили різноманітні правила протидії ухиленню від сплати міжнародних податків на прибуток підприємств. Сюди входять, наприклад, прийняття деталізованих правил трансфертного ціноутворення, правил тонкої капіталізації, правил підконтрольних іноземних корпорацій (CFC) або загальних правил уникнення ухилення від оподаткування (GAAR)[1].

Як свідчать дані проблема є більш серйозною саме у країнах, що розвиваються, оскільки багато з цих країн не мають ефективної політики, спрямованої на припинення ухилення від сплати податків. Оскільки, навіть для США уникнення податків у 2012 році вартувало приблизно від однієї чверті до однієї третини загальної суми надходжень від податку на прибуток підприємств[1]. Втрати в країнах, що розвиваються можуть бути набагато більшими і, можливо, становитимуть декілька пунктів ВВП, особливо зважаючи на низький рівень доходу та слабкий фіскальний потенціал. Це пов'язано з тим, що їх податкові системи є недостатньо розвиненими та податкові органи часто не мають ресурсів для реалізації ефективної політики відслідковування уникнення податків. Крім того, переміщенню доходу з країн, що розвиваються, може сприяти відсутність досконалого законодавства щодо уникнення сплати податків, такого як вимоги до документації щодо трансфертних цін або правила «тонкої капіталізації». Навіть якщо такі правила існують, вони, як правило, виконуються досить слабо.

Список літератури:

1. Alexander Klemm, Li Liu. The Impact of Profit Shifting on Economic Activity and Tax Competition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Users/38050/Downloads/wpica2019287-print-pdf.pdf>
2. Clemens Fuest, Shafik Hebous, Nadine Riedel. International Profit Shifting and Multinational Firms in Developing Economies [Електронний ресурс]. – Режим

доступу:<https://www.theigc.org/wp-content/uploads/2011/01/Fuest-Et-Al-2011-Working-Paper.pdf>

3. Jennifer Blouin. Taxation of Multinational Corporations [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[file:///C:/Users/38050/Downloads/9781601985330-summary%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/38050/Downloads/9781601985330-summary%20(1).pdf)
4. Niels Johannesen, Thomas Tørsløv, Ludvig Wier. Are Less Developed Countries More Exposed to Multinational Tax Avoidance? Method and Evidence from Micro-Data [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://academic.oup.com/wber/article/34/3/790/5606636>

Цимбалюк Б.В., (магістрант)

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ З МЕТОЮ ВИЯВЛЕННЯ ОЗНАК БАНКРУТСТВА

Стратегічний аналіз відноситься до процесу проведення досліджень корпорації та її операційного середовища для формування стратегії, з метою ефективного розвитку та підвищення рентабельності бізнесу, в умовах впливу різновекторних факторів. Саме визначення може відрізнитися з академічної чи ділової точки зору, але сам процес загалом включає кілька загальних факторів:

- Визначення та оцінка даних, що мають відношення до стратегії компанії;
- Визначення внутрішнього та зовнішнього середовищ для аналізу;
- Використання декількох аналітичних методів, таких як аналіз п'яти сил Портера, SWOT-аналіз та аналіз ланцюжка вартості; (1.1)

Наукова література передбачає таке визначення поняття «Стратегічний аналіз» – це комплексне дослідження позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на фінансово-економічне становище корпорації у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей. За допомогою нього розробляється комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна і своєчасна підтримка прийняття стратегічних управлінських рішень.(2.18)

Метою стратегічного аналізу є змістовний і в певній мірі формальний опис об'єктів дослідження, виявлення тенденцій, особливостей можливих напрямів його розвитку. (2.18)

Найпоширенішим методологічним інструментарієм зустрічається:

Метод аналізу витрат і ланцюжка цінностей, що є важливим елементом аналізу витрат є ланцюжок цінностей, який визначає діяльність, функції і процеси з розробки, виробництва, доставки, маркетингу продукції або послуг. Ланцюжок, що взаємо пов'язує вартість окремих видів діяльності, починається з операцій із забезпечення сировиною і продовжується у процесі виробництва і випуску продукції, а також її просуванні на ринку до кінцевого споживача. (3.22-24)

Метод оцінки конкурентоспроможності базується на аналізі галузі і оцінці конкурентів. У процесі такого аналізу виявляються головні фактори успіху та конкурентні критерії, за якими учасники ринку розподіляються на лідерів та аутсайдерів. Дослідження конкурентів та їх порівняльна оцінка є основою для визначення переваг і можливостей основних суперників.(3.22-24)

Концепція BalancedScorecard (BSC) – збалансована система показників – це інструмент управління, що переводить бачення корпорації і її стратегії в набір взаємозалежних збалансованих показників, які оцінюють критичні фактори не тільки поточного, але і майбутнього розвитку бізнесу. Сама концепція була розроблена американськими економістами дослідницького центру NorlanNortonInstitute Девідом Нортоном та професором Робертом Капланом та представлена публіці 1992р. Потім питанням BSC займалися такі вчені, як: П. Хорват, Д. Привольнев, М. Малярець, А. Штереверя, О. Ачкасова та ін. (4.37)

Система показників відповідальності (ASC) призначена для пошуку своєрідного «балансу інтересів» між самою компанією і різними зацікавленими сторонами. (5.41-44)

Дана система заснована на концепції зацікавлених сторін. Одним з перших ідею врахування інтересів зацікавлених сторін в практиці управління

підприємством висунув відомий економіст Р.Фрімен у 1984 р. Вчений довів, що акціонери отримають набагато більші вигоди у довгостроковій перспективі, якщо в процесі управління враховані інтереси інших зацікавлених сторін (працівників, громадськості, контрагентів). За Р. Фріменом зацікавлена сторона – це будь-яка фізична або юридична особа, яка може здійснювати вплив на досягнення цілей компанії, або на яку впливає досягнення цих цілей. (5.41-44)

Крім систем стратегічного вимірювання BSC і ASC, одним з відомих інструментів стратегічного аналізу і контролю є модель ділової переваги (BusinessExcellenceModel - BEM), яка тісно пов'язана з концепцією управління якістю. BEM має в цілому статичний характер; її елементами виступають стратегічні сфери і взаємозв'язки між ними, що визначаються з допомогою так званої «імовірнісної логіки». (5.41-44)

Завершаючий, узагальнюючий та основний метод аналізу діяльності корпорації є метод SWOT (у перекладі з англ. — сила (strength), слабкість (weakness), можливості (opportunities) і загрози (threats)) ґрунтується на підході, який дає змогу вивчати зовнішнє і внутрішнє середовища підприємства разом. За допомогою цього методу можна встановити взаємозв'язки між силою та слабкістю, які властиві компанії, і зовнішніми загрозами та можливостями. (3.22-24)

Отже, якісно проведений стратегічний аналіз, з використанням доцільних методів є основою для уникнення банкрутства та ефективного розвитку корпорації на глобальних світових ринках та різноманітних економіках.

Список літератури:

1. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/strategic-analysis/> - 1 ст.
2. «Стратегічний аналіз: н/п» В.Д. Попова, Л.Ф. Маценко – 18 ст.;
3. «Стратегічний аналіз: н/п» В.Д. Попова, Л.Ф. Маценко– 22-24 ст.;
4. «Стратегічний аналіз: н/п» В.Д. Попова, Л.Ф. Маценко– 37 ст.;
5. «Стратегічний аналіз: н/п» В.Д. Попова, Л.Ф. Маценко– 41-44 с.;

РУШІЙНІ СИЛИ І СУПЕРЕЧНОСТІ АНТИОФШОРНОЇ ПОЛІТИКИ ТНК

В останні роки оподаткування транснаціональних корпорацій викликає бурхливі дискусії в суспільстві. ТНК мають більше можливостей для зниження свого податкового навантаження, ніж інші компанії: окрім використання методів податкової оптимізації в межах національного законодавства країни базування, вони можуть маніпулювати прибутком, переміщаючи його в афілійовані структури з більш сприятливим податковим законодавством, використовувати офшорні юрисдикції.

Принципи міжнародної системи оподаткування корпорацій були закладені в Лізі Націй майже століття тому. Вони розглядають транснаціональні підприємства як слабо пов'язані "відокремлені організації". Насправді, транснаціональні корпорації насправді черпають велику силу зі своєї унікальної природи, пожинаючи ринкову владу та економію від масштабу. Транснаціональні корпорації можуть маніпулювати трансфертними цінами транзакцій між цими філіями, щоб перенести прибуток з юрисдикцій з високим рівнем податків на низькі. Наприклад, філія фірми може мати патент у юрисдикції з низьким податком та стягувати надмірні роялті у країнах із високим податком, таким чином максимізуючи прибуток у юрисдикції з низьким податком. Теоретично трансфертні ціни покликані відображати ринкові ціни, які переважали б у вільних операціях між двома непов'язаними сторонами. Але такі ціни часто неможливо легко встановити: спробуйте оцінити унікальний віджет реактивного двигуна, який не продається на відкритому ринку, або патент на ліки. На практиці цінність часто є такою, якою її формують в компанії.

Основною альтернативою "витагнутої руки, окремого суб'єкта господарювання" є принцип, що називається "унітарний податок із формулярним розподілом". Ця система розглядає транснаціональну компанію як єдине ціле і розподіляє прибуток географічно за формулою, що

відображає реальну економічну діяльність, яка може бути поєднанням продажів, зайнятості та матеріальних активів.

Дійсно, багато штатів США, провінцій Канади та швейцарських кантонів протягом певного часу використовували обмежені версії системи податків на рівні субнацій, хоча вона ще не використовується на міжнародному рівні. Уже зараз здійснюються кроки, які вимагають від транснаціональних компаній розподілу та навіть публікації фінансової та бухгалтерської інформації для кожної країни, яка може надати відповідні дані для формули міжнародного розподілу.

Ще близько десяти років тому політичне гальмування щодо розширення податкових гавань було несуттєвим. Однак після кризи 2008 року уряди зазнали тиску з метою закриття великого бюджетного дефіциту та заспокоєння виборців, розлючених фінансовими ресурсами банків, що фінансуються платниками податків, збільшенням нерівності та спроможністю транснаціональних компаній та багатих уникнути податків. «Панамські документи» та «Люксембурзькі витіки» розкрили використання податкових гаваней транснаціональними корпораціями. Тож Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), яка є головним розробником стандартів з міжнародних податкових питань, розпочала два великі проекти [1].

Одним із них є Загальний стандарт звітності (CRS) - режим автоматичного обміну фінансовою інформацією через кордони, який допомагає податковим органам відстежувати офшорні рахунки своїх платників податків. Але CRS містить безліч лазівок. Крім того, США мають певну географічну лазівку: згідно із Законом про дотримання податків на іноземних рахунках, вони збирають інформацію за кордоном про своїх платників податків, але в інший спосіб обмінюються інформацією, тому нерезиденти можуть зберігати активи в країні в умовах великої таємниці, що робить США головним податковим притулком.

І все-таки CRS принесла певні результати. За оцінками ОЕСР [1] у липні 2019 року, 90 країн надали інформацію про 47 мільйонів рахунків на суму 4,9 трлн євро; що банківські вклади в податкових гаванях зменшились на 20-25%; і щодобровільне розкриття інформації перед початком впровадження призвело до 95 млрд. євро додаткових податкових надходжень для членів ОЕСР та Групи 20, що включає основні ринкові економіки.

Список літератури:

1. Addressing Base Erosion and Profit Shifting. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/ctp/addressing-base-erosion-and-profit-shifting-9789264192744-en.htm>

Гула Д.С. (магістрантка)

РОЗВИТОК ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Харчова промисловість являє собою сукупністю засобів та методів взаємодій по всьому ланцюжку створення вартості продовольства - від поставок сировини і виробництва сільськогосподарських культур, худоби, риби та інших сільськогосподарських товарів до транспортування, переробки, роздрібної та оптової торгівлі, а також підготовки харчових продуктів до споживання та утилізації. Харчова промисловість також включають в себе сприятливі політичні умови і культурні норми, що стосуються продовольства.[2]

Також вона забезпечує основні засоби до існування з точки зору задоволення мінімальних потреб населення в калоріях і позитивно впливають на харчування, або негативно, через здоров'я сільськогосподарських культур, дієтичне різноманітність і вплив на здоров'я людини і навколишнє середовище.[1]

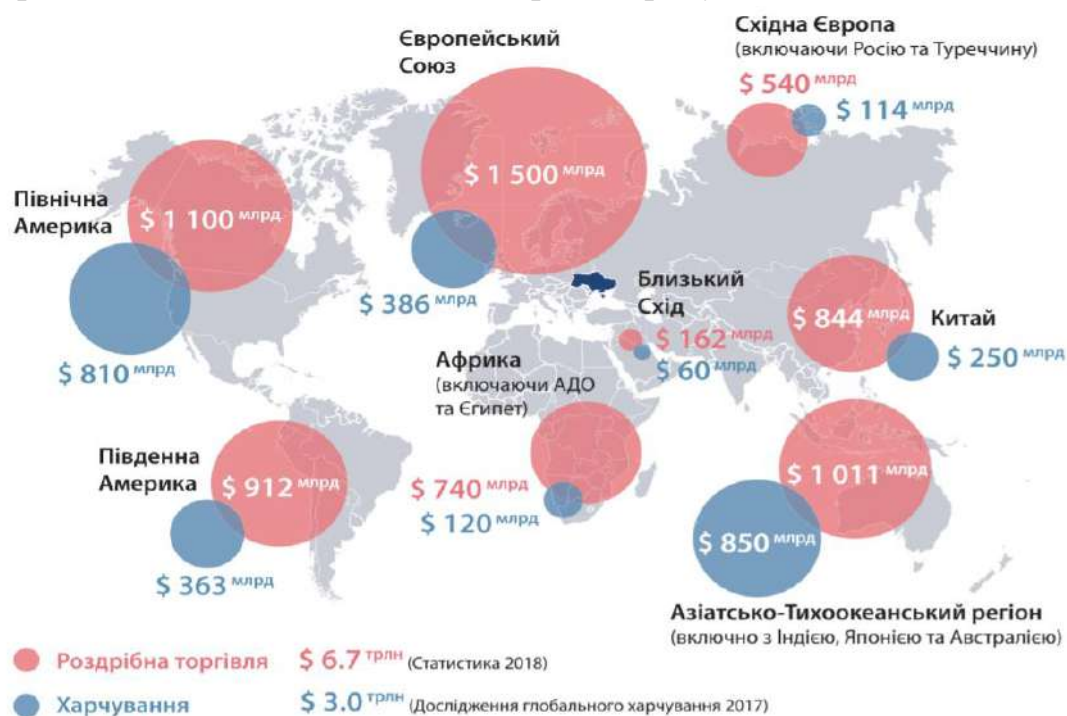
Харчова промисловість також забезпечує засоби до існування значної частини світового населення за рахунок сільськогосподарської праці та не сільськогосподарських робочих місць в інших сегментах ланцюжки створення вартості продовольства.

Дохід, отриманий від цих робіт, може бути використаний для придбання широкого спектру здорової їжі, відправки дітей до школи, придбання медичних послуг і ліків і багато чого іншого. На макрорівні продовольчі системи живлять місцеву і національну економіку, частково формується управлінням, торгівлею та інвестиціями на глобальному рівні.[4]

Ідеальні продовольчі системи повинні бути орієнтовані на харчування, здоров'я та безпеку, продуктивними та ефективними (і, отже, здатними постачати доступне продовольство), екологічно стійкими і враховують клімат, а також інклюзивними. Але щоб реалізувати це бачення, необхідно продовжувати інвестувати в сільськогосподарські дослідження та розробки та технологічні інновації, прокладаючи шлях для програм і політики, заснованих на надійних доказах.

На даний момент харчова промисловість знаходяться на критичному етапі.

Ілюстрація 1. Глобальний попит на харчові продукти



Джерело: Розрахунки на основі даних Statistica (2018) та Global Food Service Study (2017–2021)

Проблема, з якою стикається світ в області харчування зростаючого населення, можуть здатися знайомими, але їх масштаби і темпи змін, що відбуваються в глобальних, регіональних, національних і місцевих продовольчих системах, безпрецедентні.

Після досягнення значних успіхів у скороченні масштабів голоду протягом останніх десятиліть наш прогрес сповільнився і, за деякими оцінками, був звернений назад: у 2018 році, за прогнозами, 820 мільйонів людей будуть голодувати - цифра, яка зростає протягом трьох років поспіль - і чверть світового населення зіткнеться з помірним або екстремальним харчуванням ненадійності. ¹ надмірна вага і ожиріння ростуть майже в кожній країні, а Прогрес за ключовими показниками харчування, таким як затримка росту дітей і виняткове грудне вигодовування, відстає, ставлячи мету сталого розвитку нульового голоду до 2030 року, мабуть, недосяжна. [5]

Але настільки ж критично і те, що глобальна нерівність зберігається. Незважаючи на те, що країни, що розвиваються і країни з ринковою економікою, що формується, продовжують зростати, хоча і повільно, їх громадяни не мають рівного доступу до ресурсів, пов'язаних з економічним розвитком і підвищенням якості життя. В результаті найбільш вразливі верстви населення світу знаходяться вимовірно, вони понесуть на собі основний тягар потрясінь, включаючи смертельну глобальний спалах нового коронавірусу в кінці 2019 і початку 2020 років, яка зруйнує засоби до існування і продовольчі системи. Голод і недоїдання, ймовірно, зростуть в 2020 році, оскільки пандемія зачіпає всі аспекти наших продовольчих систем. У короткостроковій перспективі необхідні цільові програми щодо захисту дітей, жінок та інших вразливих груп населення. Щоб зменшити наслідки таких потрясінь в довгостроковій перспективі, ми повинні створити більш стійкі та інклюзивні продовольчі системи. В даний час найбільш вразливим і найбільш вразливим верствам населення світу занадто важко насолоджуватися нею результати цих систем, такі як доступні,

безпечні поживні продукти харчування, або справедливий розподіл їх економічних вигод.

Виробники харчових продуктів з ЄС виробляють продукцію загальною вартістю 1337,9 млрд дол. США під власними (для конкретних роздрібних торгівельних мереж) та під іншими брендами. Це дуже великі компанії – частка 15 найбільших з них у загальному обсязі виробництва харчових продуктів в ЄС складає 25%. [8]

10 Найбільші виробники харчових продуктів в ЄС

Компанія	Штаб-квартира	Оборот, млрд дол. США	Продукція
Nestlé	Швейцарія	95.1	Широкий асортимент продуктів
AB InBev	Бельгія	45.0	Пиво
Unilever	Нідерланди/Великобританія	26.5	Широкий асортимент продуктів
Danone	Франція	25.8	Молочні продукти, вода, дитяче харчування
Heineken	Нідерланди	23.6	Пиво
Lactalis	Франція	19.0	Молочні продукти
Diageo	Великобританія	16.2	Алкогільні напої
Friesland Campina	Нідерланди	13.0	Молочні продукти
Arla Foods	Данія	11.8	Молочні продукти
Ferrero	Італія	11.0	Солодощі
Carlsberg	Данія	10.1	Пиво
Pernod Ricard	Франція	9.8	Алкогільні напої
Associated British Foods	Великобританія	9.6	Цукор, дріжджі, інші інгредієнти, напівфабрикати для швидкого приготування
Danish Crown	Данія	9.2	М'ясо
DSM	Нідерланди	8.9	Широкий асортимент продуктів

Джерело: Food Drink Europe Association 7 (2018)

Продовольчі системи також поки не вирішують інших насуваються проблем. Наприклад, на сільське господарство припадає 24 відсотки викидів парникових газів, і хоча бідні люди найбільш вразливі до

наслідків зміни клімату, вони все ще мають мало влади над характером і швидкістю заходів щодо пом'якшення наслідків та адаптації. Урбанізація прискорюється – більша частина світа вже живе в міських районах, причому багато сільських жителів, особливо молодь, мігрують в Малі та середні міста.

Національні та місцеві продовольчі системи мало що зробили для інтеграції цих груп населення, з тим щоб вони могли скористатися можливостями працевлаштування по всьому ланцюжку створення вартості

продовольства. Це залишає багатьох з них у пастці секторів з низькою продуктивністю.

Але при всіх своїх недоліках продовольчі системи на всіх рівнях можуть також запропонувати таке необхідне рішення цих нагальних проблем, особливо коли вони інтегрують історично виключених людей на всіх етапах ланцюжки створення вартості агропродовольчих товарів і залучають їх до процесів прийняття рішень, які формують програми, політику та Політику.

Інклюзивні продовольчі системи можуть допомогти пом'якшити наслідки зміни клімату для найбільш вразливих верств населення, а також стимулювати інновації для досягнення стійкого до зміни клімату сільського господарства. Вони можуть створити кращі економічні можливості для бідних людей, які найчастіше зайняті в сільському господарстві і інших пов'язаних з продовольством секторах, тим самим зменшуючи голоді злидні. Вони можуть стимулювати інновації, такі як переорієнтація виробництва та споживання на здорові продукти харчування, тим самим покращуючи харчування як для виробників, так і для споживачів і підвищуючи доходи виробників.

Нарешті, що не менш важливо, інклюзивні продовольчі системи можуть сприяти формуванню почуття спільності та особистої зацікавленості в Національному успіху, що, можливо, сприятиме політичній стабільності. Крім корисності інклюзивних продовольчих систем для вирішення найбільш нагальних світових проблем, інклюзивність є моральним імперативом. Більшість людей хочуть жити в світі, вільному від бідності, голоду і недоїдання, і світ прихильний цьому прагненню. Дрібні землевласники обробляють більшість сільськогосподарських одиниць у багатьох країнах, але виробляють лише третину від загальної вартості сільськогосподарського продовольчого запасу з-за відсутності у них доступу до нестapelним насінню, землі і прибутковим.[2]

Аналогічним чином, незважаючи на їх значний внесок у сільськогосподарське виробництво і продовольчу безпеку домашніх господарств, жінки стикаються з великим робочим навантаженням і мають менше повноважень на прийняття рішень, ніж чоловіки. Вони також контролюють меншу кількість ресурсів у своїх домашніх господарствах і громадах.[5]

Молодь також маргіналізована в багатьох країнах, не маючи достатніх можливостей для працевлаштування, якщо вони воліють залишатися в сільському господарстві, і фінансового капіталу, якщо вони намагаються увійти в сільську не сільськогосподарську економіку.

Список літератури:

- 1 FAO, IFAD, UNICEF, WFP, and WHO, The State of Food Security and Nutrition in the World 2019 (Rome: FAO, 2019).
- 2 FAO, “Greenhouse Gas Emissions from Agriculture, Forestry and Other Land Use,” 2016, <http://www.fao.org/3/a-i6340e.pdf>.
- 3 S. Lowder, J. Scoet, and T. Raney, “The Number, Size, and Distribution of Farms, Smallholder Farms, and Family Farms Worldwide,” *World Development* 87 (2016): 16–29.
- 4 FAO, IFAD, UNICEF, WFP, and WHO, The State of Food Security and Nutrition in the World 2017 (Rome: FAO, 2017).
- 5 The reach-benefit-empower framework is used by the IFPRI-led Gender, Agriculture, and Assets Project (GAAP) to conceptualize approaches to gender in agricultural development activities (<http://gaap.ifpri.info/>).
- 6 ILO (International Labour Organization), ILOSTAT database, accessed September 2019, <https://data.worldbank.org/indicator/SL.AGR.EMPL.ZS>.
7. <https://www.foodanddrink.eu/>

Григорук С.М. (магістрант)

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД В СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ США

У сучасних умовах глобалізації економічних процесів та кризи, викликаній появою пандемії COVID-19 стан економіки багатьох країн світу та збереження набутих конкурентних позицій під загрозою падіння, а перспективи економічного зростання залишаються вкрай невизначеними. Упродовж останніх десятиліть інноваційні кластери стали каталізатором

інноваційного розвитку національних економік та зростання їх конкурентоспроможності. Зважаючи на реалії сьогодення процеси створення та функціонування інноваційних кластерів набувають актуальності та ще більшого практичного значення. Інноваційні кластери є ефективним інструментом здійснення макроекономічної політики, так як реалізуються великі міжгалузеві і міжрегіональні інвестиційні та інноваційні проекти національного значення, а державою підтримуються не окремі галузі і підприємства, а система взаємовигідних відносин перспективних суб'єктів економіки [1, с. 60].

Серед багатьох країн світу, які ведуть успішну кластерну політику, безперечно, лідируючі позиції займають Сполучені Штати Америки, які раніше від інших зайнялися проблемою розвитку регіональних економік на основі кластерного підходу. Головним розробником кластерної моделі розвитку США вважається відомий американський економіст М. Портер. У його працях "Конкурентні переваги країн" та "Конкуренція" була сформована теорія національної та місцевої конкурентоспроможності в контексті світової економіки, в якій саме кластерам відводилася провідна роль. На думку вченого, кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств зі стандартизації, торгових об'єднань) у певних галузях, що конкурують, але разом із тим здійснюють спільну роботу [5].

Практичне застосування ідей М. Портера знайшло підтвердження у методиці виявлення та оцінювання діяльності кластерів, розробленої Інститутом стратегії та конкурентоспроможності США при Гарвардській бізнес-школі. Спільними зусиллями даного Інституту та Управління економічного розвитку США від початку 2000-х років у країні реалізується проект "US cluster mapping", що нині забезпечує понад 50 млн. відкритих даних про кластери та розвиток регіонів США з метою стимулювання їх економічного зростання і конкурентоспроможності [3].

Кластерний підхід в США покладено в основу стратегії розвитку регіональних економік і базується на принципах партнерства і комерціалізації науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, а формування кластерів розглядається в якості національної пріоритетної задачі. В цілому розвиток інноваційного кластеру забезпечується взаємодією фінансових (фонди, інвестори і т.д.), підтримуючих (бізнес-інкубатори), науково-освітніх (дослідницькі центри, університети і т.д.) і інформаційних інфраструктур [1, с. 62].

Найбільш відомим та успішним прикладом інноваційного кластеру, який володіє значними конкурентними перевагами, є кластер Кремнієва Долина. Швидкому зростанню Кремнієвої Долини сприяла концентрація в штаті Каліфорнія значних обсягів венчурного капіталу (1/3 усього венчурного капіталу США). До кластера нині залучено 87 тис. компаній різних галузей, у тому числі 17 тис. стартапів, десятки науково-дослідницьких центрів. Успішний інноваційний розвиток Кремнієвої Долини також пов'язаний із зосередженням у кластері провідних університетів – Стенфордського та Каліфорнійського. Близько 40% спеціалістів США у галузі електроніки, інформатики та обчислювальної техніки працюють у цьому кластері. Загалом зайнятість у кластері складає понад 2 млн. осіб, які працюють у різних галузях [2, с. 447].

Найбільш активними у розвитку регіональної економіки з використанням кластерного підходу виявилися такі штати як Арізона, Вашингтон, Джорджія, Іллінойс, Каліфорнія, Кензас, Колорадо, Коннектикут, Массачусетс, Міннесота, Мічиган, Нью-Джерсі, Нью-Йорк, Огайо, Орегон, Північна Кароліна та Флорида. Пріоритетними напрямками інноваційних кластерів є такі: аерокосмічна галузь та оборонне виробництво, автомобілебудування, адитивне виробництво, штучний інтелект, біотехнології та біофармацевтика, бізнес-послуги, фінансові послуги, страхові послуги, мікроелектроніка, інформаційно-комунікаційні технології, електронна комерція, енергозберігаючі технології, логістика.

Проведеним вибіркоким аналізом інформаційної платформи "U.S Cluster Mapping" маємо наступні показники (табл.1).

Основні показники щодо оцінки кластерного розвитку провідних регіонів
США

Штат	Показники			
	Обсяг зростання венчурного капіталу у 2017 р., %	Витрати НДДКР на душу населення у 2017 р., дол. США	Обсяг виданих патентів у 2015 р.	Індекс інноваційності за 2016 р.
Арізона	25,85	1110	2178	11,41
Вашингтон	6,52	3361	5972	24,82
Іллінойс	23,30	1417	4612	9,00
Каліфорнія	9,05	3821	37252	27,95
Массачусетс	6,12	4560	6431	21,34
Мічиган	34,59	2391	5065	15,24
Нью-Йорк	17,90	1206	7464	10,66
Огайо	25,85	1119	3229	7,29

Джерело: складено автором на основі даних "U.S Cluster Mapping"

Як свідчить проведений аналіз, дійсно зазначені штати мають вагомні показники, які впливають на інноваційний розвиток економіки США, адже у них розміщені та функціонують провідні кластери за сприянням яких країна постійно підсилює свої конкурентні переваги на міжнародній арені.

Отже, однією з особливостей інноваційних кластерів США є їх розташування в певному регіоні з максимальним використанням його природного та кадрового потенціалу. Однією з найважливіших переваг американських інноваційних кластерів є те, що їх діяльність заснована на принципах державно-приватного партнерства і орієнтована на швидку комерціалізацію результатів НДДКР. Важливу роль в успішному розвитку американських інноваційних кластерів відіграють "мозкові центри" – університети, науково-дослідні інститути, лабораторії, оскільки кластери базуються на тісній взаємовигідній співпраці науки та виробництва. Саме завдяки цьому високотехнологічна продукція інноваційних кластерів США є конкурентоспроможною на світовому ринку.

На нашу думку, слід звернути увагу на той факт, що інноваційні кластери США діють як у високотехнологічному, так і в середньо технологічному і низько технологічному секторах економіки. З огляду на це

інноваційні кластери можуть слугувати стимулом для відродження в Україні високотехнологічного сектору економіки, який має конкурентний потенціал для пришвидшеного розвитку аерокосмічної галузі, автомобілебудування, енергетики і водночас стане каталізатором розвитку перспективних напрямів (альтернативні джерела енергії, інформаційні технології, телекомунікації, біотехнології, нанотехнології, екотуризм тощо).

Список літератури:

1. Борисова Е.С. Инновационные кластеры как фактор развития регионов и экономического роста страны. *Научные записки молодых исследователей*. 2019. № 3/2019. С. 58– 64.
2. Онішко Т.А. Інноваційні кластери США як фактор зростання конкурентних переваг країни. *Молодий вчений*. 2017. № 7(47). С. 444 – 450.
3. Christian Ketels. Cluster Mapping as a Tool for Development. Institute for Strategy and Competitiveness. 2017. 52 p.
4. U.S. cluster mapping. URL: <http://clustermapping.us/>.
5. Porter M. E. Clusters and Economic Policy: Aligning Public Policy with the New Economics of Competition. URL: https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Clusters_and_Economic_Policy_White_Paper_8e844243-aa23-449d-a7c1-5ef76c74236f.pdf.

Голоборотько В.Д. (магістрант)

ПЕРЕШКОДИ ТА НАПРЯМКИ ЗРОСТАННЯ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Сфера інформаційних і телекомунікаційних послуг в Україні перебуває в постійному розвитку та є однією з найперспективніших галузей, тому її аналіз і прогнозування є дуже важливими для загального огляду української економіки. Внаслідок погіршення економічної ситуації, напруженої геополітичної обстановки, знецінення гривні, фінансової нестабільності країни та бюрократії в державних органах спостерігається подальше падіння ключових показників.

Експорт інформаційних та комп'ютерних послуг в 2019 році збільшився на 30,2% в порівнянні з 2018 роком і склав 4,17 млрд. дол.. У 2019 українські ІТ-компанії залучили в цілому 510 млн. дол. від приватних та венчурних інвесторів, що в 1,5 рази більше, ніж роком раніше. Однак більше

половини суми (268 млн. дол.) відносилися на сервіс для спільної роботи над софтверними проектами Gitlab. У трійку українських стартапів з найбільшими інвестиціями за підсумками 2019 року увійшли онлайн-сервіс для перевірки граматики Grammarly і проект People.ai. Обсяг угод з Топ-10 виріс майже вдвічі і склав 456 млн. дол..

ІТ-сфера в Україні постраждала менше, аніж інші галузі від COVID-19. До пандемії COVID-19 вітчизняний ІТ-сектор зростав на 25-30% щорічно. В 2020 році зростання не припиниться, але скоріш за все не досягне показників 2019 р.. В Україні понад 1600 компаній надають ІТ-послуги. Особливістю цієї галузі також є наявність великої кількості самозайнятих спеціалістів. Станом на травень 2020 року в Україні налічувалось близько 183,0 тис. ФОПів за ІТ-КВЕДами, в той час як у 2019 цей показник становив приблизно 151,0 тис., а у 2018 – 123,0 тис.. Тобто, у порівнянні з минулим роком приріст ІТ-фахівців сьогодні становить +22%, а якщо врахувати й тих, хто працює в умовах за КЗпП - загальна кількість айтишників перевищує 200,0 тис. спеціалістів. Таким чином, українська ІТ-індустрія зберегла своє феноменальне зростання у 25-30% щорічно[4].

Перешкоди, які заважають розвитку ринку інформаційних послуг, можна символічно розділити на законодавчі проблеми, що спільні для всієї галузі, фактори, що стримують підйом внутрішнього ринку, фактори, що обмежують підйом експорту, а також інституційні проблеми. До проблем інституційного характеру відносяться: невисока ступінь розвитку механізмів залучення фінансування, недостатня ступінь становлення і доступності телекомунікаційної інфраструктури, невідповідність системи підготовки професійних кадрів в сфері інформаційних послуг світовим стандартам[1].

Нерозвиненість венчурного фінансування стримується виникнення і становленням нових ІТ-компаній, впровадженням та комерціалізацією нових ІТ-продуктів.

Невідповідність системи професійної підготовки фахівців у сфері інформаційних послуг основним міжнародним стандартам призводить до

нестачі у працівників необхідної кваліфікації, а також у фахівців середньої ланки і керівників проектів інформатизації; неможливості дієвої конкуренції вітчизняних фахівців з фахівцями інших країн.

Недоступність дієвих механізмів застосування законодавства в сфері захисту прав інтелектуальної власності веде до втрати прибутків вітчизняних виробників і вважається головною перешкодою для створення в Україні великими інтернаціональними компаніями особистих центрів вивчення та розробки.

Проте, слід відмітити, що розвиток ринку інформаційних послуг є одним із пріоритетних напрямків, адже має ряд переваг як експортноорієнтованої галузі України, основні з яких Сприяння розвитку конкурентних переваг ІТ-індустрії України на глобальних ринках.

Таким чином, подальший розвиток ринку ІТ-індустрії в Україні повинен бути забезпечений за рахунок зміни законодавства, вдосконалення існуючих моделей оподаткування в ІТ-галузі та розробки системних промо-кампаній української ІТ-галузі у світі.

Список літератури:

1. Демчишак Н.Б., Черепаня І.Р. Інструменти фінансового регулювання розвитку інформаційно-комунікаційних технологій як чинника підвищення конкурентоспроможності економіки України. Агросвіт. 2017. № 24. С. 53-59.
2. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 106-107.
3. Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенько В.А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. Фінансовий простір. №3 (27). 2017. С. 13-21
4. Вплив+COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України
URL: https://www.kas.de/documents/270026/8703904/Вплив+COVID-19+та+карантинних+обмежень+на+економіку+України.+Кабінетне+дослідження+ЦПД.+Липень+2020.pdf/b7398098-a602-524d-7f88-6189058f69d3?version=1.0&t=1597301028775http://www.incl_match.ru/???history=1&pfid=1&sample=15&ref=2&f=9

СТРАТЕГІЯ ВЗАЄМОДІЇ УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМИ ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

Актуальність обумовлюється важливим значенням взаємовідносин з МФО як для забезпечення достатніх фінансових ресурсів для здійснення системних та структурних реформ в Україні, так і для зміни відношення до України в світі.

Метою є розгляд теоретичних основ співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями.

Міжнародний Валютний Фонд (International Monetary Fund) є міжнародною фінансовою організацією, яка була заснована в 1944 році. До її складу входять 188 країн. Фонд має статус спеціалізованої установи ООН і його метою є регулювання валютно-кредитних відносин країн-членів та надання їм допомоги при дефіциті платіжного балансу шляхом надання коротко- і середньострокових кредитів в іноземній валюті. Україна стала членом МВФ відповідно до Закону України «Про вступ України до Міжнародного валютного фонду, Міжнародного банку реконструкції та розвитку, Міжнародної фінансової корпорації, Міжнародної асоціації розвитку та Багатостороннього агентства по гарантіях інвестицій» від 3 червня 1992 р. Після двох років «паузи» у відносинах, у лютому 2014 р. Уряд України звернувся до МВФ з проханням розпочати переговорний процес щодо підготовки нової кредитної угоди між Фондом та Україною. 30 квітня 2014 р. Рада директорів МВФ затвердила новуспільну програму «стенд-бай» на наступні 2 роки у сумі 17,1 млрд. дол. США, з яких у 2014 р. отримано два транші – у травні у розмірі 3,2 млрд. дол. США та у вересні у розмірі 1,4 млрд. дол. США.

У січні 2015 р. досягнуто домовленості про розширення фінансової підтримки України шляхом заміни існуючої програми МВФ stand-by на довготермінову програму Extended Fund Facility (EFF). 11 березня 2015 р. Ради директорів Міжнародного валютного фонду прийняла рішення щодо

переходу на довготермінову програму розширеного кредитування (EFF) і виділення Україні 17,5 млрд. дол. США. Ця чотирирічна програма передбачає фінансування заходів з економічної і фінансової стабілізації України. Перший транш кредиту в обсязі 5 млрд. дол. США поступив в Україну у березні 2015 р. 31 липня 2015 р. відбулось чергове засідання Ради Директорів МВФ, під час якого було ухвалено рішення щодо виділення Україні другого траншу у розмірі 1,7 млрд. дол. Група Світового банку утворена 27 грудня 1945 року з метою надання фінансової і технічної допомоги країнам, що розвиваються. Світовий банк представляє собою акціонерне товариство, акціонерами якого є 186 країн-членів. Україна набула членства у Групі Світового банку у 1992 році відповідно до Закону України від 3 червня 1992 р. №2402-ХІІ. Україна, як учасник-акціонер Світового банку, має 0,77% акцій. Співробітництво зі Світовим банком здійснюється на основі прийнятої у лютому 2012 року Стратегії партнерства з Україною на 2012 - 2016 рр., яка спрямована на допомогу Уряду у реалізації програми економічних реформ та інтеграції з ЄС. За роки співробітництва Світовий банк затвердив для України 50 позик загальним обсягом 10,1 млрд. дол. США, з яких отримано 7,4 млрд. дол. США. Значна доля цих коштів, була позиками на структурні перетворення та реформування фінансового сектора і подальший розвиток банківської системи. 10 березня 2014 року Рада директорів Світового банку ухвалила рішення про готовність надати додаткові кредитні ресурси на підтримку реформ в нашій державі у розмірі 3 млрд. дол. США.

Висновки. На сьогодні на стадії реалізації перебуває 12 проектів, метою яких є модернізація інфраструктури, зокрема проекти з реабілітації гідроелектростанцій, передачі електроенергії, розвитку міської інфраструктури, покращення автомобільних доріг та безпеки руху, підвищення енергоефективності, в т.ч. у секторі централізованого теплопостачання, розвитку міської інфраструктури, модернізації системи соціальної підтримки населення України, поліпшення охорони здоров'я.

ЄБРР (European Bank of Reconstruction and Development) – міжнародна фінансова організація, діяльність якої спрямована на фінансування економічних реформ у країнах Східної Європи з метою їх переходу до ринкової економіки. Серед міжнародних кредитно-фінансових організацій Світовий банк є другим, після МВФ, кредитором України. Ресурси цієї організації використовуються для підтримки державного бюджету, здійснення інституційних та структурних реформ, підготовки та реалізації довгострокових інвестиційних проектів, які відповідають пріоритетним напрямкам економічного розвитку України. Україна з 1994 р. активно співпрацює з МВФ, використовуючи його фінансові і технічні ресурси з метою досягнення макроекономічної стабілізації та створення необхідних передумов для проведення економічних реформ. Таке співробітництво здійснювалось переважно в рамках реалізації 8 спільних програм – STF (системна трансформаційна позика), «Stand-By» (стабілізаційна позика), Механізм розширеного фінансування (позика на підтримку розвитку), попереджувальний «Stand-By».

Список літератури:

1. Інтернет ресурс: <https://mfa.gov.ua>
2. Інтернет ресурс: <https://www.kmu.gov.ua>
3. Інтернет ресурс: <https://mof.gov.ua>

Камінська Л.В. (магістрант)

ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА В КОНТЕКСТІ ТОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН

В умовах глобального розвитку суспільства та активного зростання населення особливо гостро постає проблема забезпечення ресурсами харчування усі країни світу. За даними Світової продовольчої програми ООН, станом на 2019 рік 821 мільйон людей у всьому світі недоїдають[1], що ставить проблему дослідження продовольчої безпеки на провідний план.

Визначення поняття продовольчої безпеки було прийнято на Світовому продовольчому саміті (WFS) 1996 року, згідно з яким продовольча безпека

визначається як така, що існує тоді, коли всі люди у будь-який час мають фізичний та економічний доступ до достатньої, безпечної та поживної їжі, яка відповідає їхнім дієтичним потребам та харчовим уподобанням для активного та здорового життя[2].

Загальний стан продовольчої безпеки як в розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються, визначається Глобальним індексом продовольчої безпеки, який включає оцінку продовольчої безпеки 113 країн світу за такими показниками як цінова доступність продовольства, фізична доступність, якість та безпека (Табл1).

Таблиця 1

Ефективність країн на основі їх показника продовольчої безпеки у 2019 р.

Місце	Країна	Загальний бал	Цінова доступність	Фізична доступність	Якість та безпека
1	Сінгапур	87.4	95.4	83.0	79.4
2	Ірландія	84.0	90.5	76.8	87.7
3	США	83.7	87.4	78.3	89.1
...					
76	Україна	57.1	63.9	50.0	59.6
...					
111	Ємен	35.6	45.5	28.6	30.2
112	Бурунді	34.3	36.6	32.2	34.5
113	Венесуела	31.2	15.8	32.2	66.9

Джерело: складено автором на основі [3]

Відповідно до рейтингу, у 2019 році трійку країн з найвищою продовольчою безпекою склали Сінгапур, Ірландія та США, в той час як Ємен, Бурунді та Венесуела показують найнижчі показники ефективності. Україна зайняла 76 позицію у рейтингу з індексом 57.1, що є не дуже втішним результатом.

Основу продовольчого сектору економіки становить агропромислова продукція, ефективно виробництво та раціональний розподіл якої здатний вплинути на проблему продовольчої безпеки у світі. У 2018 році глобальна кількість земель використовуваних для сільського господарства становила 4,8 мільярдів гектарів, у регіональному розрізі з яких 38% припадає на Азію, 24% на Америку, по 18% на Європу та Африку і лише 2% на Океанію[4].

Відповідно, Азія є найбільшим виробником ключових с/г культур та забезпечує 90,2% світового виробництва рису, 48% бобових та 44,7% пшениці (Табл. 2).

Таблиця 2

Регіональний розподіл виробництва основних с/г культур, 2018р.

Регіон/Частка	Виробництво пшениці,%	Виробництво рису,%	Виробництво бобових,%	Виробництво кукурудзи,%
Африка	4	4,2	22,8	6,9
Америка	15,4	5	26,5	50,4
Азія	44,7	90,2	48,0	31,5
Європа	33,0	0,5	2,6	11,2
Океанія	2,9	0,1	0,1	0,1

Джерело: складено автором на основі [5]

Сьогодні питанню продовольчої безпеки та шляхам її вирішення приділяють чимало уваги. Так, у 2015 році ООН було прийнято Глобальні цілі сталого розвитку, які мають бути досягнуті до 2030 року. До них ввійшли 17 складових, серед яких у першу трійку ввійшла ціль “Zero hunger”, тобто подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, покращеного харчування та сприяння сталому сільському господарству[6]. В рамках досягнення цієї цілі були поставлені завдання, ключовими з яких є: стале виробництво продуктів харчування, інвестиції у сільську інфраструктуру, сільськогосподарські дослідження та технології, запобігання обмеженням торгівлі сільськогосподарською продукцією, ліквідація всіх форм сільськогосподарських експортних субсидій, в рамках Дохійського раунду[6].

Підтримуюче останнє поставлене ООН завдання, потрібно зазначити, що вирішальну роль в його досягненні відіграє Світова організація торгівлі. У цьому контексті Уругвайська угода про сільське господарство (AoA) СОТ стала знаковим досягненням. Вона ініціювала процес реформ, спрямованих на більш справедливу, ефективну систему торгівлі сільськогосподарською продукцією через конкретні зобов'язання зменшити захист у сферах внутрішньої підтримки, експортних субсидій та доступу до ринку, а також

шляхом встановлення більш ефективних правил та дисциплін ГАТТ. Важливим в забезпеченні цього питання стало дотримання «зеленої скриньки» програм, щоб заходи державної підтримки не впливали на торгівлю чи були мінімальними[7].

Враховуючи той факт, що Україна є провідною аграрною державою з великим продовольчим ресурсом, країна може зробити значний внесок у вирішення проблеми продовольчої безпеки. Так, із 60 млн га території нашої держави понад 70% складають сільгоспугіддя. Україна займає 4 місце у світі за площею чорноземів - 28 млн га - після Росії, США і Китаю. У 2018р. наша країна увійшла у ТОП-5 експортерів пшениці у світі, за оцінками деяких експертів її продовольства може вистачити, щоб прогодувати 600 млн осіб[8].

Таким чином, забезпечення продовольчої безпеки є важливим викликом для суспільства. Прийняття належних заходів щодо вирішення цієї проблеми дозволять забезпечити продукцією харчування більше людей у світі та посприятимуть скороченню голоду. Завдання України – підтримувати с/г сектор, нарощувати обсяги виробництва і приводити свою продукцію у відповідність з європейськими стандартами.

Список літератури:

1. HungerMap [Електронний ресурс] // WorldFoodProgramme. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000108355/download/?_ga=2.195444068.911381862.1604771117-37160522.1604771117.
2. COMMITTEE ON WORLD FOOD SECURITY [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/3/MD776E/MD776E.pdf>.
3. Performanceofcountriesbasedontheir 2019 foodsecurityscore [Електронний ресурс] // GlobalFoodSecurityIndex – Режим доступу до ресурсу: <https://foodsecurityindex.eiu.com/Index>.
4. STATISTICAL YEARBOOK 2020 WORLD FOOD AND AGRICULTURE [Електронний ресурс] // FAO – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/3/cb1329en/CB1329EN.pdf>.
5. Productionsharebyregion [Електронний ресурс] // FAO – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC/visualize>.
6. SustainableDevelopmentGoals/ZeroHunger [Електронний ресурс] // UnitedNations – Режим доступу до ресурсу: <https://sdg-tracker.org/zero-hunger>.

7. How can Trade Contribute to Food Security? [Електронний ресурс] // WTO – Режим доступу до ресурсу: https://www.wto.org/english/forums_e/public_forum12_e/art_pf12_e/art1.htm.
8. Данкевич В. Українські чорноземи, продовольча безпека і неефективність [Електронний ресурс] / Віталій Данкевич // Економічна правда. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/08/10/663845/>.

Веселовська І. (магістрант)

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

Фінансовий контролінг прийнято розглядати як систему інформаційної підтримки фінансово-економічних рішень, що передбачає використання методів і процедур з бюджетування, стратегічного планування, управлінського обліку, фінансової діагностики, інвестор-релейшнз, управління ризиками та внутрішнього контролю, які в сукупності забезпечують координацію окремих підсистем управління та зорієнтовані на оптимізацію фінансових рішень і збільшення вартості компанії [1, 2].

В залежності від об'єкту управління виділяють фінансовий, інвестиційний, маркетинговий, виробничий контролінг, контролінг персоналу тощо.

Фінансовий контролінг прийнято трактувати в вузькому і широкому розумінні. В вузькому розумінні фінансовий контролінг – це підсистема контролінгу підприємства, що здійснює орієнтоване на результат управління фінансами підприємства за допомогою використання методів і інструментів фінансового менеджменту, забезпечення безперервного потоку внутрішньої і зовнішньої інформації для ухвалення управлінських рішень. [3, 4, 7]

Однією з основних цілей фінансового контролінгу є орієнтація управлінського процесу на максимізацію прибутку та вартості капіталу власників при мінімізації ризику і збереженні ліквідності та платоспроможності підприємства. Для досягнення цієї мети фінансовий контролінг (контролер) вирішує цілий ряд функціональних

завдань[5]. Система контролінгу підсилює вартісні орієнтири керівництва підприємством через:

- розділ сфер діяльності підприємства на центри відповідальності у вигляді центрів прибутковості, центрів затрат та центрів інвестицій;
- аналіз відділом маркетингу конкурентоспроможності та місця підприємства на ринку, постійного збору ринкової інформації;
- циклічний завершений цикл планування, який включає оперативне бюджетування;
- оперативний аналіз відхилень від виконання бюджетів;
- стандартну в межах підприємства систему звітності в розрізі центрів відповідальності;
- розрахунок та розгляд вартісних показників.

Кожна компанія – українська або іноземна – має власну особливу систему менеджменту, корпоративну культуру, інформаційне середовище. Тому й система фінансового контролінгу та набір його компетенцій є унікальними для кожного підприємства.

Для більш повного розуміння розглянемо каталог функцій та завдань фінансового контролера:

• **Фінансова стратегія.** Завданням контролера є активна участь у розробці фінансової стратегії підприємства та координація роботи з планування фінансово-господарської діяльності. Крім того контролер має сформулювати пропозицію як адаптувати організаційної структури підприємства до обраної стратегії розвитку.

• **Планування та бюджетування.** Контролер має розробити та постійно вдосконалювати внутрішні методики прогнозування та бюджетування, забезпечувати процесу бюджетування та брати участь у розробці інвестиційних та інших бюджетів.

• **Бюджетний контроль.** Контролер відіграє важливу роль у внутрішньому (управлінському) обліку. Він бере активну участь у складанні річних, квартальних і місячних звітів, а також в аналізі відхилень фактичних

показників діяльності від запланованих. Крім того відбувається забезпечення постійного аналізу та контролю ризиків у фінансово-господарській діяльності, розробка заходів щодо їх нейтралізації, виявлення та розвиток сильних сторін, а також рапортування.

• **Внутрішній консалтинг та методологічне забезпечення.** В даному випадку контролер має розробити методичне забезпечення діяльності окремих структурних підрозділів та надати консультації і рекомендації керівництву підприємства та структурним підрозділам у процесі розробки фінансової стратегії, планування, розробки і впровадження нових продуктів, процесів, систем.

• **Внутрішній аудит та ревізія.** В рамках цієї функції контролер має забезпечити постійний контроль за дотриманням співробітниками встановленого документообороту, процедур проведення операцій, функцій і повноважень згідно з покладеними на них обов'язками. Крім того він має проводити внутрішній аудит та координувати власну діяльність з діями незалежних аудиторських фірм при проведенні зовнішнього аудиту підприємства.

Практична реалізація наведених функцій контролінгу визначається особливостями компанії як системи. Проблематика розмежування цих функцій у міжнародних корпораціях, що виходять на вітчизняний ринок, є особливо актуальною для України, оскільки це держава, для якої іноземні інвестиції є важливим фактором стимуляції та розвитку економіки [5, 6].

Особливості впровадження системи фінансового контролінгу в транснаціональних компаніях і холдингах пов'язані з багаторівневою ієрархією організаційної структури управління й територіальним розподілом діяльності, різноманітням застосовуваних інформаційних систем, наявністю кількох фокусів управління, постійними змінами структури управління в умовах мінливої зовнішньої ситуації [6].

У ході вирішення питання побудови моделі фінансового контролінгу учасників міжнародних корпорацій і холдингу необхідно враховувати

наведені особливості. При цьому така модель повинна, з одного боку, бути доступною до застосування в усіх структурних одиницях бізнес-групи, тобто всеосяжною, з другого – гнучкою до зміни структури холдингу залежно від зміни зовнішнього середовища.

Отже, можна зазначити, що фінансовий контролінг є ефективною технологією управління фінансово-господарською діяльністю підприємства, орієнтованою на майбутнє інтегрованою системою елементів інформаційного забезпечення, обліку, аналізу, контролю і планування. Фінансовий контролінг забезпечує досягнення стратегічних і оперативних цілей підприємства на основі координації планів і діяльності усіх підрозділів.

Фінансовий контролінг на рівні міжнародних корпорацій виступає складною структурою, яка включає в себе безліч факторів, які грають важливу роль на формування та використання стратегії розвитку підприємства.

Список літератури:

1. Фінансовий контролінг: навч. посіб. / Г. О. Партин, Р. І. Заdereцька ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». — Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2013. — 232 с. : табл. — Бібліогр.: с. 205—207 (38 назв). — ISBN 978-617-607-401-4
2. Фінансовий контролінг: навч. посіб. / О. О. Терещенко, Н. Д. Бабяк. — К. : КНЕУ, 2013. — 407 с.
3. Коковіхіна О. О. Необхідність фінансового контролінгу як системи ефективного управління діяльністю підприємства залізничного транспорту / О. О. Коковіхіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2012. — № 38. — С. 196 – 199.
4. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 554 с.
5. Циглик І. І. Контролінг. Сутність і основи формування та функціонування на підприємствах України / І. І. Циглик, І. О. Мозіль, Н. В. Кірдякіна // Фінанси. — 2004. — № 4. — С. 13 – 16.
6. Терещенко О.О., Стащук Д.М., Савчук Д.Г. Сучасний стан і перспективи розвитку фінансового контролінгу (до підсумків українсько-російського “круглого столу”) // Фінанси України. — 2011. — № 2. — С. 117–126.
7. Терещенко О. О. Поняття «контролінг» та «управлінський облік» у теорії і практиці // Фінанси України. — 2006. — № 8. — С. 137 – 145.

МОТИВИ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ

Кожна компанія прагне до зростання – це ознака потенційного успіху і показник того, що вона є функціонуючою. Головним завданням менеджменту є пошук шляхів до зростання, вони можуть бути різними, як органічними, так і неорганічними. Органічне зростання завжди було і є пріоритетним, але через посилення процесів глобалізації та конкуренції, стратегії неорганічного зростання, такі як злиття і поглинання (ЗіП), набувають все більшої популярності. На сьогоднішній день, серед форм інтеграційних процесів, найбільш розповсюдженою є саме форма ЗіП.

Патрик А. Гохан у своїй книзі «Злиття, поглинання та реструктуризація компаній» виділяє багато мотивів, котрі спонукають керівників купувати або об'єднуватися з іншими організаціями, але найбільш часто згадуються саме зростання і синергія. Серед інших обговорюваних мотивів створення доданої вартості - диверсифікація, податкові пільги і посилення ринкової влади [1, с. 12].

В глобальному опитуванні, проведеному компанією KPMG у 2016 році, компаній, що здійснювали угоди про злиття і поглинання розповіли свої мотиви, серед них [2]:

–37% корпорацій заявили про необхідність увійти в бізнес по новим напрямкам;

–29% найголовнішим мотивом називали вихід на нові географічні ринки;

–20% мали за мету придбання нових технологій та інтелектуальної власності;

–7% корпорацій мали намір захистити конкуренцію у своїй галузі та проти-стояти гігантам.

–7% мали на меті економію від масштабу діяльності.

Іншими мотивами є:

– податкові мотиви. Злиття до 1980-х років були сильно мотивовані податковими пільгами. Причина полягає в тому, що якщо компанія сплачує премію за придбання, яка є вищою, ніж вартість за якою були зареєстровані активи компанії на податкових рахунках, придбані активи отримували більш високі амортизаційні відрахування, захищаючи набувача від податкових зобов'язань.

– диверсифікація. Ідея про те, що диверсифікація може бути мотивом злиття, пов'язана з тим, що ринкову вартість фірми можна збільшити, якщо вона несе оптимальний ризик, інвестуючи в безліч некорельованих інструментів, що може слугувати для розподілу ризиковості ведення того чи іншого бізнесу. Найкращим прикладом використання цього мотиву для реалізації процесів злиття або поглинання є створення холдингів або консорціумів, до складу яких входять банки, страхові компанії, виробничі підприємства; [3, с. 146];

- підвищення якості управління;
- мотив створення монополії на ринку;
- невірну оцінку акцій ринком.

Поряд з вищезазначеними мотивами проведення процесів злиття або поглинання, У. Баффет виділяє наступні стратегічні мотиви [3, с. 145]:

1. Захисні – компанії здійснюють пошук можливості свого зростання за рахунок придбання доповнюючих активів, посилення позиції на ринку, усунення конкурентів (шляхом їх купівлі або збільшення власної частки на ринку).

2. Інвестиційні — пов'язані з розміщенням вільних грошових коштів, участю в прибутковому бізнесі, купівлею недооцінених активів, використанням управлінських навичок.

3. Інформаційні – спрямовані на отримання відомостей про нові технології, споживачів, продукцію чи послуги.

4. Конкурентні переваги – пов'язані зі створенням бар'єрів для усунення входу на ринок потенційних конкурентів.

5. Цілі акціонерів – створення партнерства та залучення стратегічних інвесторів у свою компанію, виділення частини бізнесу в окрему бізнес-єдиницю, продаж частини акцій, перехід до нових бізнес-моделей.

Отже, аналізуючи різноманітність підходів до визначення причин і мотивів злиттів та поглинань, можна визначити 6 основних груп [3, с. 148]:

– стратегічні – підвищення конкурентоспроможності бізнесу, вихід на нові ринки збуту, збільшення рівня фінансової стабільності, забезпечення ефективності управління бізнес-процесами за рахунок придбання висококваліфікованого менеджменту, зміна бізнес-моделі;

– функціонально-психологічні – особисті мотиви менеджменту, намагання збільшити вплив керівництва компанії. До даної групи причин і мотивів злиттів та поглинань слід віднести теорію пики, запропоновану Р. Ролом [3, с. 148], й теорію агентських витрат (вільних потоків грошових коштів), яка була сформульована М. Дженсеном [4, с. 313];

– фінансові – податкові мотиви, диверсифікація, мобілізація фінансових ресурсів, зниження фінансових витрат, переваги на ринку капіталу (залучення коштів), різниця між ліквідаційною і поточною ринковою вартістю компанії, мотив "too big to fail" (з англ.: «занадто великий, щоб збанкрутувати»);

– інноваційні – економія на розробці та впровадженні нових технологій, створення нового виду продукції, товарів, доступ до інформації (ноу-хау);

– операційні – економія на масштабі діяльності, економія за рахунок різноманітності напрямів діяльності, нагромадження ресурсів і частки ринку, комбінування взаємодоповнюючих ресурсів;

– специфічні мотиви – захист від недружніх поглинань, тобто для захисту від рейдерських захоплень підприємство-мета об'єднується з «дружньою компанією», так званім «білим рицарем».

Список літератури

1. GAUGHAN P. A. Mergers, Acquisitions, And Corporate Restructurings / GAUGHAN., 2007. – 639 с. – (Forth Edition).
2. KPMG. U.S. executives on M&A: full speech ahead in 2016. / KPMG. // Fortune knowledge group.. – 2016.
3. Коломійцева О. В. Мотиви та причини процесів злиттів і поглинань підприємств / О. В. Коломійцева // Еконо-міка та управління підприємствами / О. В. Коломійцева.. – С. 142–149.
4. Theory of the Firm. // Journal of Financial Economics. – 1976. – №3. – С. 305–360.

Миргородська Т.О.(магістрант)

ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ЩОДО ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ

Еволюція підходів до трансферного ціноутворення відбувалась протягом останніх десятиліть і досягла високого рівня складності. Найбільш авторитетним органом у галузі трансфертного ціноутворення є Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), яка в 1979 році випустила, а в 2010 році суттєво оновила «Настанови ОЕСР щодо трансферного ціноутворення для транснаціональних корпорацій і податкових служб». Рекомендації ОЕСР не є статичним документом, до них постійно вносяться зміни і доповнення; це не нормативний акт, але багато країн використовують їх як основу для положень свого податкового законодавства, присвяченого трансфертному ціноутворенню [1].

Рекомендації ОЕСР припускають дві основні групи методів визначення цін (ким, чим або де) («при трансфертному ціноутворенні ТНК) :

1) «традиційні» методи засновані на аналізі безпосередньо самої угоди і є найкращими для застосування. До складу даної групи методів входять:

- метод порівнянних ринкових цін, або «comparable uncontrolled price method» (далі – CUP) – даний метод вважається пріоритетним при виборі методу ціноутворення;

- метод ціни наступної реалізації, або «resale price method» (далі – Resale price);
- витратний метод, або «cost plus method» (далі – Cost plus) [2].

2) «нетрадиційними» є методи, засновані на аналізі прибутків від угоди. Дані методи застосовуються у випадках, коли такі методи точніше відбивають особливості здійсненої угоди, наприклад, за умови надання однієї зі сторін унікальних умов або у випадку, якщо відсутня або суттєво обмежена інформація про аналогічні угоди. До методів угод на основі прибутків відносяться:

- метод порівнянної рентабельності, або «transactional net margin method» (далі – TNMM);
- метод розподілу прибутку, або « transactional profit split method» (далі – Profit split). Остання група методів є «наймолодшою» але саме вона стала найпопулярнішою в західній практиці і використовуваною частіше в порівнянні з іншими методами [3].

ОЕСР вказує, що метод трансферного ціноутворення за конкретною угодою завжди повинен визначатися як метод, найбільш відповідний її сутності в конкретних умовах, і не рекомендує застосовувати до однієї угоди два або більше методів.

Методи трансферного ціноутворення, використовуються з урахуванням окремих особливостей, пов'язаних з порядком їх застосування, наявністю або відсутністю пріоритетного методу або можливістю використання інших, не передбачених законом методів, наприклад:

- Законодавством таких держав, як Японія, Нова Зеландія та Південна Корея платнику податків надано право самостійно обирати оптимальний метод серед CUP, Resale price, Cost plus, TNMM і Profit split [4];
- В Ізраїлі основним методом ціноутворення є CUP. У випадку якщо названий метод не може бути застосований, залежно від змісту угоди, можуть застосовуватися TNMM або Profit split. Якщо ж і ці методи не відображають сутності угоди, повинен застосовуватися будь-який інший

метод, який найбільш об'єктивно відображає співвідношення умов розглянутої та аналогічних їй угод [5];

- Іспанія, Словаччина та Словенія також визнають пріоритетним методом CUP, потім застосуванню послідовно підлягають Resale price, Cost plus, а коли всі перераховані методи не можуть застосовуватись, то використанню підлягає Profit split або TNMM [6];

Варто звернути увагу, що, незважаючи на те, що Сполучені Штати Америки є членом ОЕСР, методи трансферного ціноутворення, встановлені законодавством цієї країни, трохи відрізняються від рекомендованих Організацією.

Так, у податковому законодавстві США відсутній опис пріоритетності методів, однак при цьому існує правило найкращого методу трансфертного ціноутворення (того, який з високою ймовірністю дозволяє одержати надійний результат відповідно до принципу «витягнутої руки») [1].

В сучасних українських реаліях національне законодавство встановлює наступну ієрархію методів трансфертного ціноутворення. Пріоритетним є метод порівняльної неконтрольованої ціни, але на практиці він використовується рідко, оскільки часто відсутня інформація про ідентичні товари/послуги, або такі просто відсутні. Далі йдуть метод «витрати плюс» і метод ціни перепродажу. Їх застосування може бути ускладнено відсутністю необхідних даних фінансової звітності порівняних компаній. І нарешті, метод чистого прибутку – на практиці використовується все частіше, особливо в угодах компаній з істотною «вагою» нематеріальних активів [2].

Проведене дослідження показало, що більшість розвинених країн сформували систему законодавчого регулювання трансфертного ціноутворення. Однак дотепер спеціальні умови трансферного ціноутворення не поширюються на весь світ.

Отже, вибір методу трансферного ціноутворення здійснюється послідовно, коли перехід до наступного по черговості методу пояснюється неможливістю застосування попереднього. При інших рівних умовах

повинен застосовуватися той метод, який повною мірою дозволить оцінити ринкову ціну, виходячи з наявних обставин.

Список літератури:

1. Настанови ОЕСР щодо трансферного ціноутворення для транснаціональних корпорацій і податкових служб. – Режим доступу: http://www.afo.com.ua/doc/Nastanovy_OESR.pdf.
2. Мельничук І. І. Методи трансфертного ціноутворення та особливості їх застосування до контрольованої операції / І. І. Мельничук, Н. В. Коробочка // Молодий вчений. – 2017. – № 1. – С
3. Чукліна О. С. Методи трансфертного ціноутворення: переваги, недоліки та ієрархія застосування / О. С. Чукліна // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. – № 5-6. – С. 170-175. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2013_5-6_29.
4. Зирянова О. Л. Регулювання трансфертного ціноутворення: міжнародний досвід та українська практика / О. Л. Зирянова // Вісник Інституту економіки та прогнозування. – 2013. – 2013. – С. 77-80. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vier_2013_13_15.
5. Штангрет А. М. Трансфертне ціноутворення: світовий і вітчизняний досвід застосування / А. М. Штангрет, С. Г. Мартинюк, А. В. Шанигін // Наукові записки [Української академії друкарства]. – 2013. – № 4. – С. 3-8. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2013_4_2.
6. Освальд М. В. Міжнародний досвід регулювання трансфертного ціноутворення на прикладі США та Китаю / М. В. Освальд // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2013. – № 2. – С. 63-70. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2013_2_11.

Невгад І. О. (магістрант)

РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ РИЗИКІВ

Малі та середні підприємства (МСП) відіграють важливу роль у більшості економік, особливо в країнах, що розвиваються. МСП становлять більшість підприємств у всьому світі і є важливим фактором для створення робочих місць та глобального економічного розвитку. Вони представляють близько 90% підприємств та понад 50% зайнятих у всьому світі. Офіційні МСП вносять до 40% національного доходу (ВВП) в економіки, що розвиваються. Ці цифри значно вищі, якщо включити неформальні МСП. [1]

Більшість МСП стикаються з багатьма малими та великими внутрішніми та зовнішніми ризиками. Хоча вони можуть краще контролювати більшу частину внутрішніх ризиків за допомогою заходів з управління ризиками та лікування, вони є більш вразливими до зовнішніх ризиків, оскільки ці ризики часто перебувають поза їх контролем, впливом, радаром та здатністю управляти. Всесвітній економічний форум (ВЕФ) створив, оцінив та контролював 30 глобальних ризиків з 2005 року, використовуючи опитування близько 1000 основних світових зацікавлених сторін та гравців. Згідно з визначенням ВЕФ, глобальний ризик – це «невизначена подія або умова, яка у разі її виникнення може спричинити значний негативний вплив для кількох країн або галузей протягом найближчих 10 років» [1, с. 100].

Глобальні соціальні ризики мають конкретні наслідки для МСП. Невдача містобудування призводить до занепаду міст, неформального зростання чи розростання міст, а також до бідної та неміцної інфраструктури, що має значні соціальні, екологічні та медичні проблеми [2]. Таке міське середовище не в змозі належним чином підтримати підприємницьку діяльність, яка може конкурувати на національному та глобальному рівнях. Міста без ефективних та взаємопов'язаних транспортних систем із значним забрудненням повітря та недоступними цінами на землю та житло не є привабливими для зростання підприємництва [3]. Але участь МСП в управлінні ризиками та захисті критичної інфраструктури є ефективним способом зменшити вплив майбутніх катастроф у міських районах [4]. Продовольча та водна кризи – це інші важливі глобальні ризики, які можуть вплинути на МСП кількома способами, особливо в агропродовольчому бізнесі та у водоемних виробничих секторах. Соціальна нестабільність як черговий глобальний ризик не є здоровою для зростання та конкурентоспроможності МСП. Глобальні пандемії, такі як пандемія важкого гострого респіраторного синдрому (ГРВІ) 2003 року та пандемія H1N1 2009 року, можуть мати безпосередній прямий та опосередкований вплив на МСП.

Наприклад, ГРВІ мала значний вплив на МСП, особливо у секторі туризму та гостинності в таких країнах, як Китай, Канада, Таїланд та Гонконг [5]. Збройні конфлікти, міждержавні війни, стихійні лиха та катастрофи, а також зміна клімату створюють широке мимовільне та вимушене переміщення по всьому світу. Переміщення населення має цілий ряд економічних, соціальних та політичних впливів як на країни джерела, так і на країни перебування [7]. Вплив вимушеної міграції на МСП ще не вивчений, але це може мати як позитивний, так і негативний вплив. Принаймні МСП можна розглядати як вирішення деяких із цих проблем, надаючи можливість роботи переселенцям. Різні дослідження також показали, що багато МСП не визнають пандемію як значущий ризик. Хоча уряди намагалися підвищити обізнаність та забезпечити ресурси для підвищення готовності МСП до пандемії, обізнаність або занепокоєння та фактична готовність не зазнали особливих змін, і більшість МСП не мали належних планів готовності та наступності для майбутніх пандемій [6], що можна побачити в сучасних реаліях COVID-19, котрий в багатьох країнах світу завдав серйозного удару по МСП. Згідно з даними Центра підприємництва ОЕСД, в США наприкінці червня 2020 року майже 90% малих підприємств зазнали сильного (51%) або помірного (38%) негативного впливу пандемії, 45% підприємств зазнали зривів у ланцюгах поставок, 25% підприємств мали резерви грошових коштів менше ніж на 1-2 місяців. В Німеччині на кінець квітня 2020 року 58% МСП відчували падіння обороту на 50% і мали лише двомісячний резерв ліквідності. В Канаді 78% малого бізнесу повідомили про падіння продажів, 47% від 50 до 100%. Через тяжкі обставини для бізнесу, всі країни світу почали так чи інакше вводити ініціативи для підтримки МСП у період пандемії, будь то кредитні пільги, фінансова допомога або ж сприяння розвитку підприємств в цілому. [9]

Однак, не дивлячись на наслідки кожного з ризиків, МСП постійно розвивається, навіть в умовах COVID-19. Криза також наводить приклади підприємництва та творчості малого бізнесу для подолання кризи. Наприклад, ірландська невелика фірма пропонує віртуальний салон

моди, створюючи нові способи перекрити попит та пропозицію на моду, тепер доступ до будинків моди та подій, таких як «тижні моди», вже неможливий. [10] Інструменти цифрової освіти, розроблені стартапами в Естонії, допомагають запровадити навчання на дистанційному рівні в інших країнах, де школи були закриті. [11] Загалом, платформи електронного навчання бачать значний приріст активності, коли невеликі фірми та підприємці переміщують свою діяльність в Інтернет. [12] Створюються платформи для обміну світовими творчими ініціативами щодо боротьби з кризою та заходів стримування. [13] Звіти з Китаю свідчать про те, що технології блокчейн та інші досягнення галузі 4.0, такі як Big Data, 5G та AI, допомогли пришвидшити відновлення бізнесу та відіграли важливу роль у спробах контролювати розповсюдження вірусу та розробці вакцини проти COVID-19. [14] Крім цього по всьому світу пришвидшилась диджиталізація економіки, що позитивно позначиться на майбутньому бізнесу і МСП в цілому.

Проаналізувавши загальний стан справ, можна дійти висновку, що схильність та сприйняття ризиків залежить від країни в якій МСП веде свою діяльність, тому обставини кожної країни по-різному вплинуть на оцінки МСП щодо ймовірності, впливу та рейтингу глобальних ризиків, а також адаптивності МСП до змін. Беручи до уваги значну роль, яку МСП відіграють у місцевій та національній економіках та той факт, що їх найбільше турбують глобальні економічні та геополітичні ризики, враховуючу готовність уряд усіх країн світу до допомоги, малий та середній бізнес не втрачає ініціативності до розвитку в реаліях сьогодення.

Список літератури:

1. Фінанси малих та середніх підприємств [Електронний ресурс] // Світовий банк. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance#:~:text=SMEs%20account%20for%20the%20majority,\(GDP\)%20in%20emerging%20economies](https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance#:~:text=SMEs%20account%20for%20the%20majority,(GDP)%20in%20emerging%20economies).
2. Звіт про глобальні ризики за 2019 рік // Всесвітній економічний форум. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2019>.
3. Світові ризики та туристична галузь [Електронний ресурс] // Асгарі, А. та А.І. Оздемір. – 2019. – Режим доступу до ресурсу:
4. <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11135-019-00902-9>.

5. Звіт туристичної галузі [Електронний ресурс] // Асоціація турецьких туристичних агентств та Турецька асоціація вчених туризму. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/kurumsal-haberler/tursab-tuader-turizmsektor-raporu-yayinlandi_16736.html.

6. Визначення пріоритетів азіатських малих та середніх підприємств щодо створення стійкості до стихійних лих. [Електронний ресурс] // Оксфорд: Баттерворт-Хайнеман. – 2016. – Режим доступу до ресурсу:

7. <https://www.statista.com/statistics/1102546/coronavirus-european-gdp-growth/>.

8. Оцінка впливу ГРВІ та пташиного грипу на міжнародний туристичний попит [Електронний ресурс] // Управління туризмом. – 2008. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707002191?via%3Dihub>

9. Готовність до пандемії серед малого та середнього бізнесу [Електронний ресурс] // Уоткінс, Р. Е., Кук Ф.К., Р. Д. Донован, К. Р. МакІнтайр, Р. Іцверт та А. – 2008. – Режим доступу до ресурсу:

10. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1049732308318032>

11. Оцінка втраченого економічного виробництва, спричиненого внутрішнім переміщенням через катастрофи [Електронний ресурс] // Міжнародний журнал науки про ризики катастроф – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s13753-018-0190-9.pdf>

12. Коронавірус (COVID-19): відповіді щодо політики МСП [Електронний ресурс] // OECD – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>

13. Чому туристична індустрія буде сильнішою та кращою після коронавірусу [Електронний ресурс] // Журнал «A Broad Abroad» – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://nypost.com/2020/03/29/why-the-travel-industry-will-be-stronger-and-better-after-coronavirus/>

14. Естонія ділиться своїми інструментами цифрової освіти під час коронавірусу, висвітлюючи свої стартапи [Електронний ресурс] // [EU-Startups.com](https://www.eu-startups.com) – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.eu-startups.com/2020/03/estonia-shares-its-digital-education-tools-during-coronavirus-spotlighting-its-startups/>

15. «Дуже важливо зробити так»: невеликі фірми виходять в Інтернет, щоб пережити кризу коронавірусу [Електронний ресурс] // Журнал «The Guardian» – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/money/2020/mar/28/work-businesses-small-firms-online-survive-coronavirus-crisis>

16. Стартапи отримали «коронавірусний буст» [Електронний ресурс] // Інтернет-журнал «DW» – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/en/startups-get-a-coronavirus-boost/a-52945730>

17. Блокчейн відіграє важливу роль, оскільки Китай стверджує, що 72% МСП повернулися до роботи [Електронний ресурс] // <https://cryptonews.com/> – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://cryptonews.com/news/blockchain-plays-a-part-as-china-claims-72-of-smes-are-back-6132.htm>

Овсюхно Ю.О. (магістрант)

ВПЛИВ ЗАПУСКУ БІРЖІ STAR MARKET НА РОЗВИТОК РИНКУ ІРО В АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОМУ РЕГІОНІ

Ринок ІРО Азіатсько-Тихоокеанського регіону практично не постраждав від поширення пандемії коронавірусу, і активність залишилась на відносно стабільному рівні. Так, в першій половині 2020 р. обсяги коштів,

залучених на первинних публічних розміщеннях зросли порівняно з 2019 р. на вражаючі 56%, а кількість таких угод продемонструвала збільшення на 2%, що докорінно відрізняється від ситуації в інших регіонах світу [3]. Важливу роль в підтриманні такого високого рівня активності на ринку первинних публічних розміщень Азіатсько-Тихоокеанського регіону відіграв майданчик Star Market.

Фондову біржу Star Market, яка має стати прямим конкурентом американській NASDAQ, запустили в китайському Шанхаї в липні 2019. На відміну від Шанхайської фондової біржі, на Star Market котируються цінні папери переважно технологічних компаній. Новостворена біржа має більш прості критерії лістингу порівняно з іншими фондовими майданчиками та надає більше свободи дій фірмам. Так, зокрема, ціна акцій на Star Market визначається виключно співвідношенням попиту та пропозиції і не залежить від приписів державних регуляторів. Рішення про терміни і обсяги емісії компанії, що проводять розміщення, також приймають самостійно [1].

Крім того, Star Market дозволяє більшу волатильність цін акцій, зокрема, їх котирування можуть коливатись в діапазоні до 20% без втручання оператора біржі і тимчасового призупинення торгів. Для прикладу, на інших фондових майданчиках Китаю така межа коливань обмежена 10%. Також на біржу допускаються збиткові компанії, які працюють в галузях штучного інтелекту, хмарних технологій, біотехнологій та зеленої енергетики. Раніше процес виходу на IPO на місцевому фондовому ринку займав в середньому 2-3 роки, а зараз, завдяки впровадженій на Star Market, спрощеній системі лістингу він триває лише кілька місяців [2].

За рік свого існування Star Market посприяв суттєвому росту активності на ринку первинних публічних розміщень Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Зокрема, сьогодні цей новостворений фондовий майданчик займає друге місце в світі за кількістю проведених в 2020 IPO та обсягами залучених на них коштів, поступившись лише американській NASDAQ [4]. Створення Star Market може стати початком нової ери з точки зору впровадження

реформ фондового ринку, спрямованих на послаблення регулювання, спрощення правил лістингу, застосування більш ринкового механізму IPO без значної ролі регулятивних органів. Більше того, запуск цього майданчику став основним кроком до проголошеної урядом мети зробити Шанхай міжнародним фінансово-торговим центром світового класу та залишити позаду таких лідерів, як Лондон та Нью-Йорк.

Створення нової фондової біржі, яка фокусується на роботі з технокомпаніями є необхідним кроком для підтримки економічного зростання Китаю, яке все більше спирається на розвиток інноваційного технологічного сектору. Нещодавно, Шанхайська фондова біржа, на базі якої заснований Star Market навіть прийняла рішення про перше за 30 років коригування свого базового індексу SSE Composite та збільшила в ньому вагу високотехнологічного сектору економіки, тим самим зробивши його більш схожим на S&P 500.

В другому кварталі 2020 Шанхайській біржі та Star Market навіть вдалось продемонструвати вищий рівень активності в контексті IPO порівняно зі своїми конкурентами Нью-Йоркською фондовою біржою та NASDAQ, провівши 95 розміщень проти 74. Вже зараз можна стверджувати, що ідея запуску Star Market була вдалою, адже китайські компанії поступово починають відмовлятися від проведення транскордонних первинних публічних розміщень і віддають перевагу виходу на місцеву біржу. Відповідно, фондові майданчики Азіатсько-Тихоокеанського регіону посилюють свої позиції, а Шанхай знаходиться на шляху до того, щоб стати провідним глобальним фінансовим центром.

Список літератури:

1. Заика Б. В Китае запустили аналог американской биржи Nasdaq [Електронний ресурс] / Богдан Заика // 2019 – Режим доступу до ресурсу: <https://finance.liga.net/ekonomika/novosti/v-kitae-zapustili-analog-amerikanskoj-birji-nasdaq>
2. AJ Cortese. Shanghai Star Market outperforms other Chinese exchanges in first quarter [Електронний ресурс] / AJ Cortese. – 2020. – Режим доступу до ресурсу:

<https://kr-asia.com/shanghai-star-market-outperforms-other-chinese-exchanges-in-first-quarter>.

3. Global IPO trends: Q2 2020 [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/growth/ey-q2-2020-global-ipo-trends-report-v1.pdf.

4. China's STAR market celebrates its first anniversary outperforming every expectation [Електронний ресурс] / Matteo Giovannini. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://news.cgtn.com/news/2020-07-23/STAR-market-celebrates-its-1st-anniversary-SiW74nV8Kk/index.html>.

Степаненко А.С. (магістрант)

ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ КРЕДИТНО-ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Сучасна глобалізація сприяє системному співробітництву країн з провідними міжнародними фінансовими організаціями для вирішення питання, як найефективніше проводити та координувати економічну політику держави, щоб забезпечити стабільне економічне зростання в межах своїх кордонів. Набуття членства в міждержавних фінансових організаціях країнами з перехідним типом економіки, в тому числі й Україною, відкриває для них доступ до довгострокових дешевих ресурсів та світового досвіду управління фінансами. Тому питання кредитних відносин України з МФО є актуальним для дослідження, аби подолати наслідки криз і досягти стабільного економічного розвитку.

Відповідно до відомостей Єдиного державного реєстру Міжнародних організацій, Україна є членом 81 міжнародних організацій [1]. Кожна з МФО використовує власні форми та механізми співпраці, які можна класифікувати за певними ознаками. Форми взаємодії можна умовно поділити на фінансові та нефінансові, а переважним видом діяльності МФО є кредитування.

Україна від МФО отримує ресурси до загального фонду Державного бюджету, резервів НБУ, а також фінансові кошти на здійснення інвестиційних проектів у державному секторі. Основними причинами незадовільного використання таких ресурсів та неповного виконання інвестиційних проектів українською стороною є:

- низький рівень кваліфікації фахівців, які готують та впроваджують проекти;
- відсутність ефективної системи контролю за виконанням показників спеціального фонду державного бюджету;
- тривалі тендерні процедури;
- нерегульовані проблеми податкового і митного характеру;
- наявність проблем пов'язаних зі співфінансуванням проектів українською стороною [2, с. 92].

11 червня 2020 року Україна отримала перший транш від МВФ на нових умовах програми “stand-by” в розмірі 2,1 млрд. дол. США, який було спрямовано до Державного бюджету України. Програма “stand-by 2020” спрямована на підтримку макроекономічної та фінансової стабільності і охоплює такі сфери: монетарна політика, політика фінансового сектору, енергетична та антикорупційна політика. Загалом в межах співпраці з МВФ Україна отримала 35 млрд. дол. США [3].

На сьогодні фінансова допомога МВФ є найприйнятнішим джерелом фінансування для забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку. Проте, Україна має відносно низький показник ефективності використання ресурсів МВФ, що негативно впливає на кредитну історію країни. Якщо Україна забезпечить позитивну динаміку макроекономічних показників та покращить кредитну історію, то зможе отримати фінансування від Фонду за превентивною та гнучкою кредитними лініями [4].

Аналіз реалізації кредитних портфелів МБРР, ЄБРР та ЄІБ, які надають допомогу Україні в державному секторі, демонструє, що наявні великі за розміром потенційні кредитні ресурси за інвестиційними проектами, кошти яких Україна не поглинає, і за які часто сплачує комісію за резервування. Країна, що потребує значних інвестицій для забезпечення розвитку державної системи, у зв'язку з низькою кваліфікацією фахівців, не може забезпечити ефективне використання зовнішніх фінансових ресурсів. Близько 6,8 млрд. дол. США по інвестиційним проектам цих МФО

залишаються не використаними, що свідчить про невиконання показників спеціального фонду державного бюджету України, в якому по кожному проекту кожен рік закладаються кошти фінансування [5].

Інвестиційні проекти Світового банку спрямовані на підвищення якості державних послуг: централізованого теплопостачання, водопостачання й каналізації, охорони здоров'я та соціального захисту, а також державної інфраструктури. Також, Банк надає Україні консультації у сфері державної політики й технічну допомогу в опрацюванні та реалізації структурних реформ комплексного характеру. Допомога Банку, станом на сьогодні, складає близько 14 млрд. дол. США в межах понад 80 проектів та програм [6].

Для прискорення впровадження інвестиційних проектів в Україні, слід не допускати ситуації з відсутністю вибірки коштів по проектах протягом понад рік після підписання фінансових і гарантійних угод. Якщо досягнення реалізації проекту нереальне, потрібно ставити питання до кредитора щодо реструктуризації проекту або анулювання коштів позики.

МФО створюють нові інвестиційні проекти і готові до співробітництва з Україною в межах своїх Стратегій і потребують взаємної відкритості до співпраці. Однак, матеріальна допомога з боку МФО посилює залежність України від їх діяльності, що призводить до збільшення впливу на зовнішньоекономічну діяльність країни.

Список літератури:

1. Портал відкритих даних. URL: <https://data.gov.ua>
2. Міжнародні фінансові організації: підручник / [Н. С. Рязанова, М. А. Гапонюк, А. А. Максименко]. К.: КНЕУ, 2010. 230 с.
3. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду. URL: <https://www.imf.org>.
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://data.gov.ua/>
5. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-02/v_ktor_ya-kolosova.pdf
6. Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://www.worldbank.org/>

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ 2020 РОКУ НА СВІТОВИЙ ВВП І ЕКСПОРТ

Оцінити вплив пандемії 2020 року на світову економіку дозволяє аналіз впливу економічної кризи на один з основних показників розвитку економіки – валовий внутрішній продукт (ВВП). На рисунку 1.1 представлена динаміка трьох груп показників ВВП за 2007-2020 роки - ВВП розвинених країн, країн, що розвиваються та світового ВВП.

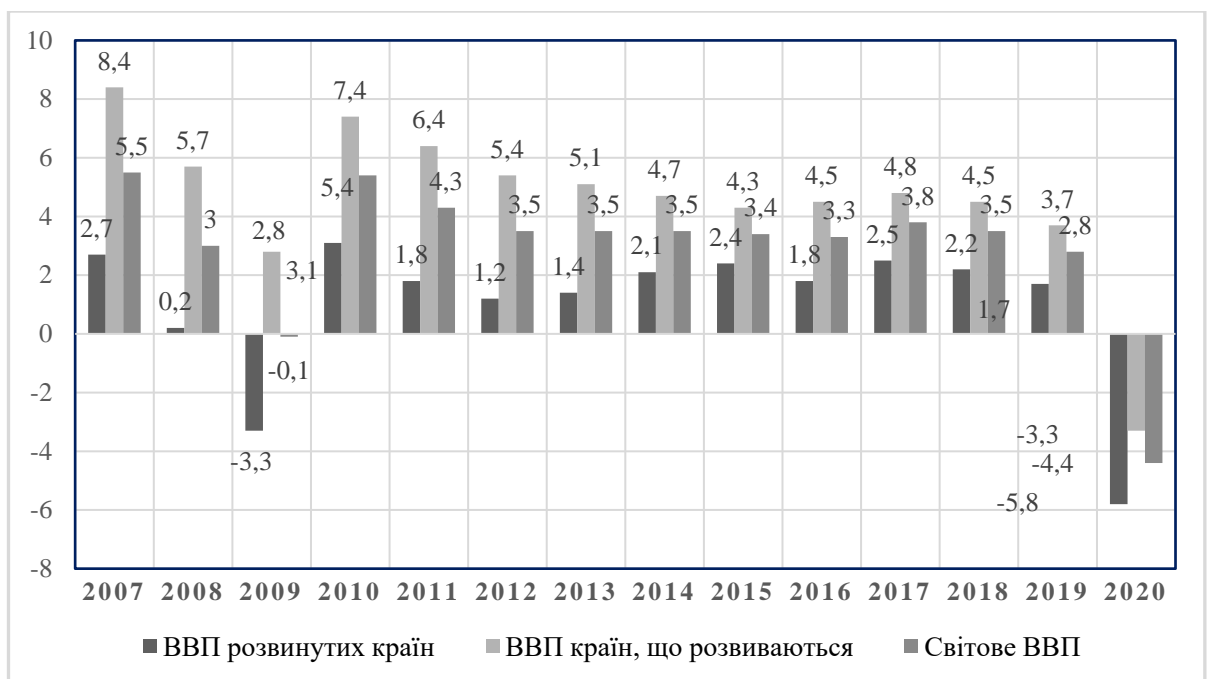


Рисунок 1.1 – Зміна показників ВВП трьох груп за 2007-2020 роки (у%) [1].

Представлені показники свідчать про різке падіння ВВП у всіх трьох групах країн. Варто додати, що прогнозне значення ВВП на кінець 2020 року було сформоване Міжнародним валютним фондом на основі наявних даних за першу половину 2020 року та експертних оцінок. Очікується, що світовий ВВП знизиться на 4,4%, тоді як ВВП країн, що розвиваються, знизиться на 3,3%, а розвинених країн – на 5,8% [1].

Також можна стверджувати, що під час фінансової кризи 2008 найбільше постраждали економіки розвинених країн, в той час, як коронакриза однаково негативно вплинула на ВВП країн усіх трьох груп.

Найбільші втрати ВВП в світі через пандемію очікуються у країнах Східної Азії та Тихого океану (ЕАР) через їх відносно глибоку залежність від зовнішньої торгівлі та негативний вплив кризи коронавірусу на сферу туризму. Наприклад, прогнозується, що ВВП Камбоджі знизиться на 3,2%, Сінгапуру - на 2,1%, Китаю – на 2,3%, Таїланду - на 3%, а В'єтнаму – на 2,7% [2].

Зниження рівня ВВП у 2020 році можна назвати не тільки суттєвим, у порівнянні з минулим роком, а й найбільшим з другої половини ХХ століття і до тепер. Хоча пандемія є нефінансовою кризою, проте вона впливає на глобальну економіку не менше ніж фінансові кризи. Це можна побачити, порівнявши показники росту ВВП 2020 та 2009 років, коли показник світового ВВП склав -0,1% через фінансову кризу 2008 року. Також варто відмітити швидкість впливу пандемії на світову економіку: спад ВВП відбувається за період, коротший, ніж через кризу 2008 року (тоді наслідки кризи спостерігались протягом двох років, в той час як пандемія 2020 спричинила рекордний спад світового ВВП всього за рік) [3].

Очікується, що світовий експорт зменшиться 2,5%. Китай, який вважають «фабрикою для всього світу», зазнає втрат виробництва у всіх секторах та групах товарів через недостатність робочої сили та капіталу. Також, разом зі збільшенням виробничих витрат Китаю, збільшуються витрати на імпорт для решти світу. А це, в свою чергу, веде до спаду світового експорту. Отже, Китай спостерігає скорочення експорту на 3,7%. Для В'єтнаму обсяг загального експорту впаде лише на 1%, оскільки ця країна, певною мірою, отримує вигоди від виробничої кризи у Китаї та зменшення китайського експорту. Країни Східної Азії та Тихоокеанського регіону також найбільше постраждають від спаду експорту. Найбільшого падіння цього показника очікують в Китаї - 5,2%, Лаосі - 3,6%, Камбоджі - 3,9% та Сінгапурі - 4,4% [2].

Велика ймовірність, що для Сполучених Штатів Америки та Великобританії наслідки пандемії будуть більш довготривалими, в той час як

Китай має великі шанси відновити стан економіки до докризового рівня за достатньо малий відрізок часу. Прогнози для відновлення економік країн Євросоюзу від наслідків пандемії також невтішні, але існує ймовірність, що вона стабілізується швидше, ніж США – вже до кінця 2021 року.

Очікується, що у середньому ВВП Європейського Союзу скоротиться на 7,4% в 2020 році через спалах вірусу COVID-19 на початку року. За прогнозами, найбільше постраждають економіки Іспанії та Великобританії, де ВВП зменшиться на 12,4% та 10,3% відповідно. Найменшого впливу кризи зазнає Литва, чий ВВП скоротиться всього на 2,2%[4].

Що ж до України, відповідно до звіту про економічну діяльність, опублікованого Міністерством з розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, у період з січня по липень 2020 року ВВП країни скоротився на 6,2% (порівняно з цим же періодом минулого року). Дослідження, проведене Міжнародним валютним фондом, прогнозує, що спад ВВП України досягне у 7,2% у 2020 році[5].

Список літератури:

1. Перспективи світової економіки, вересень 2020 року [Електронний ресурс] // Міжнародний валютний фонд. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020>.
2. Потенційний вплив COVID-19 на ВВП і торгівлю [Електронний ресурс] // Група світового банку. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/33605/The-Potential-Impact-of-COVID-19-on-GDP-and-Trade-A-Preliminary-Assessment.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
3. Щорічний ріст ВВП [Електронний ресурс] // Світовий банк. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>.
4. Прогнози зростання ВВП в країнах Європи [Електронний ресурс] // Statista.com. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/1102546/coronavirus-european-gdp-growth/>.
5. Криза COVID-19 в Україні [Електронний ресурс] // Організація економічного співробітництва та розвитку. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/COVID-19-CRISIS-IN-UKRAINE.pdf>.

МОДИФІКАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ ПРАЦІ ПІД ВПЛИВОМ МІГРАЦІЇ

Актуальність. Міграційні процеси чинять вагомий вплив на соціально-економічну ситуацію в світі, загострюючи існуючі проблеми, зокрема показники рівня безробіття та нераціональність сегментації ринку праці. Актуальність теми підтверджується зростаючими темпами кількості трудової міграції, що на 2019 р. за даними МОМ становить 271 млн. осіб, або 3.5% населення планети [4]. Переважають міграційні потоки до розвинених країн, що створює значний дисбаланс робочої сили на ринку праці цих країн, збільшує обсяг безробіття, надмірну пропозицію в певних галузях, або ж навпаки брак кваліфікованої робочої сили, зростає кількістю некваліфікованих працівників.

Результати дослідження. Особливістю сучасного ринку праці, є відхід від усталеної, стандартної моделі зайнятості, яка передбачала наявність стабільних робочих місць, роботу протягом повного робочого дня, оплату праці у вигляді заробітної плати. Така модель все менше використовується, насамперед через технологічні зміни в організації праці і виробництва. Виникають нові нестандартні форми зайнятості: часткова, тимчасова, непостійна, неповна, позикова праця (аутсорсинг, аутстафінг, лізинг персоналу), дистанційна або віддалена.

У розвинених країнах зростання нових форм зайнятості виражається у збільшенні частки гнучкої зайнятості при загальному підвищенні як рівня її правового регулювання, так і зарплат. В свою чергу, урізноманітнюються гнучкі форми зайнятості, поширюється дистанційна робота. Активніше залучаються висококваліфіковані працівники з інших країн [5]. Чітко простежуються регіони, куди спрямовуються основні потоки мігрантів, в Європу, Північну Америку та Західну Азію.

Отже, за період з 2000-2019 р.р. найбільше міжнародних мігрантів прибуло в Азію, куди залучено біля 35,3 млн. чол., що орієнтовно більше на 1,9 млн. мігрантів, порівнюючи з минулим роком. Європа за кількістю

найнятих на роботу мігрантів посіла друге місце (25 млн.чол.), щорічний приріст відповідно становив 1,3 млн. мігрантів. Північна Америка - стала третім за значенням регіоном (19млн.чол.), або 1 млн. на рік.

Напрями та об'єми міжнародної міграції, формуються під дією важливого фактора – циклічності міграції, яка підвищує можливість отримання максимальних економічних та соціальних ефектів як для самих мігрантів, так і для країн - еміграції та країн - імміграції. Циклічність міграції спричинена довготривалим, двостороннім та міждержавним обміном трудовими ресурсами та високою мобільністю сучасного персоналу, що глобалізує ринок праці і залежить від рівня міграційної привабливості країн.

Найбільш привабливими країнами призначення міграційних переміщень, протягом 2010-2019 рр. виявились США та Туреччина. У цих країнах спостерігається стале покращення рівня життя, загальні доходи, матеріальне забезпечення працівників стратегічно важливих галузей. Збільшення трудових ресурсів всередині цих країн допомагає усунути диспропорції у секторах, які не є привабливими для місцевого населення. В свою чергу місцеве населення та висококваліфіковані мігранти традиційно займають робочі місця у секторах, що потребують спеціальної кваліфікації.

Основними країнами походження міграційних потоків, стали країни з низьким рівнем розвитку, кризовим становищем та слабкою економікою. Це М'янма, Південний Судан, Сирія, Арабська Республіка, Венесуела. У майбутньому ці країни отримають переваги у вигляді зростання доходів за рахунок грошових переказів, перерозподілу трудових ресурсів і мереж кваліфікованих спеціалістів, розвитку трансферу технологій та інвестування, рееміграції працівників з підвищеною кваліфікацією та новим досвідом.

Світовий ринок праці і міграція, вже зараз значно зазнали змін через кризу COVID-19. Попередня оцінка, проведена МОМ, вказує, що наслідки пандемії будуть масштабними і мільйони людей втратять роботу, стануть частково зайнятими чи працюючими бідними. Кризовий стан економіки та ринку праці, можуть призвести до зростання безробіття в світі майже на 25

млн.чол. Це в свою чергу вплине на міграцію і цілком можливо ситуація на світовому ринку праці після COVID-19 буде докорінно відрізняться від ситуації до пандемії.

Спостерігається явище зворотної міграції, оскільки мігранти втрачають роботу, стикаються з підвищеним ризиком зараження і багато робітників, що повертаються в свої країни. У глобальному масштабі Індія є країною походження найбільшого числа емігрантів [1], і станом на вересень 2020 р. в країну повернулися понад 1,3 млн. мігрантів.Зворотна міграція впливає на країни призначення, які залежать від робочих-мігрантів в основних секторах [6]. Мігранти складають наступну частку серед населення Саудівської Аравії – 38 %, США – 15 % , Великої Британії – 14 %. Вплив повернення мігрантів з цих країн буде відчутним як в країнах призначення, так і в країнах походження, особливо в сфері охорони здоров'я та послуг.

Висновки. Отже, до позитивних зрушень можемо віднести:збільшення одержуваного доходу мігрантами (приблизно в 15 разів), підвищення їхньої освіченості; розширення соціальних та економічних можливості мігрантів в різних сферах і напрямках; приплив дешевої та кваліфікованої робочої сили в країну імміграції; зростають можливості наукового і технічного потенціалу країни-імміграції;країна-експортер отримує ряд переваг, таких, наприклад, як, значні грошові перекази для підтримки своєї родини; вищий рівень заробітку; імпорт передових технологій і збільшення кінцевих інвестицій у всіх сферах. В свою чергу, до негативних відносять:потенціальне підвищення соціальної напруженості і незадоволення місцевого населення;дисбаланс пропозиції робочої сили у різних секторах країни імміграції;країна еміграції несе важкі втрати, такі як відтік інтелектуального капіталу; набирає обертів зворотна міграція, що пов'язано із пандемією COVID-19.

Список літератури:

1. International Migration 2019 Report
https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2019_Highlights.pdf
2. Report McKinsey Global Institute
<https://www.mckinsey.com/mgi/overview>

3. McAuliffe M., Khadria B https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020_en
4. World Migration Report 2020 - IOM Publication
<https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.ADVN.ZS>
5. Labor force with advanced education
<https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.ADVN.ZS>
6. <https://migrationdataportal.org/>

Бойченко В.С. (магістрант)

ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНА КРИЗА ЄС

Ідея єдиної Європи була озвучена іще в XIX ст. і отримала активний розвиток після Другої світової війни на основі пан'європейського руху. Завдяки глибокій інтеграції країни Європи домоглися швидкого економічного, соціального зростання, а також знизили до мінімуму ймовірність повторення воєнних дій на своїй території, що забезпечило стабільність та економічне процвітання. Проте, низка проблем політичного, економічного та ідеологічного характеру ставлять під сумнів подальший спільний розвиток європейських країн.

Єдина Європа об'єднала країни з різною культурою, історією державним устроєм, економічними і соціальними показниками, але як би Євросоюз не намагався згладити відмінності між країнами-членами, є фактори, що не піддаються контрольованим змінам, до таких факторів належить зокрема - національність [Ошибка! Источник ссылки не найден.]. У зв'язку з цим фактором стає можливою поява різних конфліктів на національному ґрунті, а також існує можливість відділення деяких регіонів від країни. Відповідно, створюються передумови щодо розвитку дезінтеграційної тенденції в межах окремих країн, так і регіонального угруповання на теренах країн ЄС. З одного боку, в третій і четвертій статті статуту ООН зазначено, що кожен корінний народ має право на самовизначення, вони вільні встановлювати свій політичний статус, вільно здійснювати свій економічний соціальний і культурний розвиток, так само корінні народи мають право на автономію [0]. А, з іншого — в конституціях деяких європейських країн передбачаються санкції для регіонів, що спробували відокремитися від країни. Яскравим

прикладом може послужити іспанський регіон Каталонія. Будучи закріпленою в іспанській конституції як автономія, зі статусом нації, вона має свої історичні традиції, етнічне розмаїття і диспропорцію економічного розвитку в порівнянні з іншими регіонами Іспанії. Ці фактори стали причиною сепаратистських і відцентрових рухів, які особливо загострювалися як на початку, так і в кінці ХХ ст., а також продовжувались на початку ХХІ ст.

Ситуація в Євросоюзі у зв'язку з референдумом дійшла до крайньої точки. Влада Каталонії стала заручником передвиборних обіцянок, які принесли їм місця в уряді. Очевидні мінуси як для стабільності регіону, так і для інших розвинених сфер в разі відокремлення. Іспанія на законних підставах має право вимагати від влади Каталонії дотримання конституції, але тим не менш не готова до подальшого діалогу, а поліцейські втручання тільки погіршують цю кризу. Позиція інших країн Євросоюзу полягає у врегулюванні цієї проблеми по нормам конституції самої Іспанії з обов'язковим діалогом між двома сторонами як представниками державної влади і волевиявленням народу.

Націоналістичні настрої проявлялись і в інших країнах ЄС, зокрема в Бельгії між фламандцями (нідерландськомовними мешканцями північних провінцій Бельгії) і валлонами (франкомовними мешканцями південної частини країни). Головна проблема, яка гальмує процес повної федералізації Бельгії, зводиться до мовного питання, яке за територіальним критерієм було переважно вирішено в 1962–1963 роках. Валлони домагаються прав для французької мови всюди, де це можливо, а фламандці хочуть зберегти статус державної для нідерландської мови лише на території Фландрії та для своєї меншості в Брюсселі.

На мовну проблему накладається й важлива соціально-економічна складова. В Бельгії фламандці становлять демографічну більшість, вони побудували динамічну економіку й роблять більші внески до держбюджету. Натомість багатша в минулому Валлонія має нині менше населення,

відчутніше переживає економічну кризу та робить пропорційно менший внесок до держбюджету. Тому валлони бояться втратити очевидні переваги для себе від унітарної держави[3].

Однак найпотужнішим ударом для Євросоюзу стало рішення Великобританії покинути інтеграційне угруповання, так званий «Брексіт». За результатами референдуму 23 червня 2016 р. за вихід Великобританії зі складу ЄС проголосували 51,9% виборців [4]. Більшість громадян Великобританії порахували недоцільними постійні фінансові вливання в економіку ЄС і підтримку країн-новачків союзу. Прихильники «Брексіт» впевнені, що без ЄС їхня країна зможе використовувати ці гроші для власного розвитку і поліпшення якості життя британців.

Слід звернути увагу, що територіальна цілісність самої Великобританії постійно порушується з 1979 року і по сьогодні. Остання претензія була висунута Шотландією 29 травня 2019 року у законопроектів про проведення повторного референдуму про незалежність [5, 10, 11], який мав відбутися в 2020 році.

Отже, загострення економіко-політичних проблем в країнах ЄС, зумовлюють активізації розвитку сепаратистських рухів та посилюють розвиток дезінтеграційних процесів.

Список літератури:

1. Дронова С.Ю. Національне визначення Каталонії: за та проти. *Вісник Фінансового університету*. 2015. № 3 (13). С. 72
2. Статут ООН. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/indigenous_rights.shtml(дата звернення 04.11.2020)
3. Гайдамаха А. Мовиспотикання. *Джеркалотижня*. 2010. 27 листоп. № 18 (131). URL: <https://tyzhden.ua/Publication/1300>(дата звернення 09.11.2020)
4. EU referendum. *BBC News*. URL: http://www.bbc.com/news/politics/eu_referendum/results(дата звернення 10.11.2020)
5. Ганга А. Шотландія намерена провести референдум о выходе из Великобритании. *Известия*. 2019. 30 мая. URL: <https://iz.ru/883506/2019-05-30/shotlandiia-namerena-provesti-referendum-o-vykhode-iz-velikobritanii>(дата звернення 10.11.2020)
6. Scottish government publishes independence referendum bill. *The Guardian*. 2019. 29 may. URL: <https://www.theguardian.com/uk-news/2019/may/29/scotland-publishes-second-independence-referendum-bill>(дата звернення 10.11.2020)

МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ КРИЗ

В умовах сьогодення світові фінансові кризи вже не є чимось незвіданим, незрозумілим. Однак, їх негативний вплив на суб'єкти господарювання, у разі невчасних, помилкових дій державних органів, може призвести до негативних наслідків. Аби цього уникнути різними експертними колами як на державному, так і на глобальному рівні, розробляється антикризова політика, яка передбачає раннє визначення, пом'якшення та усунення наслідків кризових явищ. Загалом, така політика існує у будь-якому аспекті життєдіяльності людини, де можливі розлади системи, що можуть мати негативні наслідки: погода, стосунки, здоров'я, природа, економіка і т. д.

Першою відомою згадкою про світову фінансову кризу ділиться Філіп Кей, яка на його думку сталась у 88 р. до н. е. [1]. Першою чітко дослідженою та описаною є криза, що сталась у Голландії у 1636-1637 рр. Проте вчені починають відлік світових фінансових криз з 1825 року, коли сталась криза в Англії, яка охопила також США і Францію [2].

Фінансова криза - це криза, яка системно охоплює фінансові ринки і інститути фінансового сектору, міжнародні фінанси, кредит і грошовий оборот, державні, муніципальні і корпоративні фінанси [3].

Різні вчені виділяють різні види фінансових криз. Одні визначають валютні, банківські, кризи, кризи публічного боргу, кризи платіжного балансу, кризи інфляції, системні кризи [4]. А дослідники з Міжнародного валютного фонду виділяють лише, кризи, коли раптово припиняється притік капіталу, а також валютні, боргові і банківські кризи [5].

До факторів, що обумовлюють розвиток фінансових криз відносять дисбаланси у банківській сфері, нестабільність на ринку цінних паперів і валютному ринку. Після світової фінансової кризи 2008-2009 рр. до них додають непрозорість фінансових компаній, несумлінність рейтингових

агентств, недостатньо жорстке і кваліфіковане регулювання фінансових ринків, помилкову фінансову політику західних країн, передусім, США [6].

Однак, навіть знаючи причини, каталізатори та умови попередніх фінансових криз, важко передбачити їх хоча б близький час настання і силу. Все ж, виділяють три покоління інструментів (моделей) попередження або передбачення фінансових криз. У перше покоління моделей (близько 1999-2000 рр.), що більше фокусувались на попередженні банківських та валютних криз, входять наступні індикатори: завищений реальний обмінний курс, зменшення вартості капіталу, падіння експорту, високе співвідношення грошового агрегату M2 до золотовалютних резервів, високий дефіцит поточного рахунку по відношенню до ВВП й інвестицій. У друге покоління моделей (друга половина 2010-х): завищений реальний обмінний курс, дефіцит поточного рахунку, розширення внутрішнього кредиту і збільшення фондових цін. Пізніми індикаторами (після 2010) вважаються набагато вищий дефіцит поточного рахунку по відношенню до середнього значення і тренд руху рівня кредитів. Дані індикатори покликані попередити фінансову кризу усередині країни, яка може перерости у глобальну, а отже здатні її також передбачити. Однак виділяють ще декілька факторів, що можуть бути передвісниками глобальних фінансових криз: (різке) погіршення умов торгівлі, шоки, що впливають на світові процентні ставки та ціни на сировину [5].

Найбільш нові дослідження зосереджують свою увагу на створенні моделей передбачення на основі штучних або ймовірнісних нейронних мереж, які навчаються за допомогою переліку показників, які також включають вище описані. Важливим моментом у даному випадку є те, що моделі можуть покращувати передбачення, отримуючи більше даних і навчаючись на них, однак для реалізації таких моделей у глобальному вимірі необхідна велика кількість даних та грошових коштів [7, 8]. Сьогодні такими моделями починають користуватись інвестиційні компанії, найбільш успішними з них є хедж-фонди Bridgewater і Renaissance Technologies.

Отже, фінансові кризи вражають різні фінансові ринки, установи, можуть мати різноманітні передумови, які, хоча і можливо виділити як певний шаблон, не достатньо надійно використовувати для попередження криз. Для цього вченими визначались економічні індикатори, на основі яких вдавалось з більшою ймовірністю попереджувати фінансові кризи. На сучасному етапі використовують методи машинного навчання та штучний інтелект, що, хоча і вимагає значних грошових ресурсів, є перспективним напрямком передбаченні світових фінансових криз.

Список літератури:

1. Kay P. History of Capitalism Series: Rome's Economic Revolution [Електронний ресурс] / PhilipKay // LegatumInstitute. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [https://lif.blob.core.windows.net/lif/docs/default-source/default-library/rome-39-s-economic-revolution-by-philip-kay-\(history-of-capitalism-legatum-institute\)-15-january-2015.pdf?sfvrsn=0](https://lif.blob.core.windows.net/lif/docs/default-source/default-library/rome-39-s-economic-revolution-by-philip-kay-(history-of-capitalism-legatum-institute)-15-january-2015.pdf?sfvrsn=0).
2. Хаустова В. Є. Теоретичні аспекти виникнення та розвитку кризових явищ в економіці / В. Є. Хаустова, П. В. Проноза. // Проблеми економіки. – 2011. – №4. – С. 5-6.
3. Миркин Я. М. Введение в финансовые кризисы [Електронний ресурс] / Я. М. Миркин // Миркин.ру – Режим доступу до ресурсу: <http://www.mirkin.ru/fin-future/part2/11/introduction-to-financial-crises.html>.
4. Racickas E. Classification of Financial Crises and their Occurrence Frequency in Global Financial Market / E. Racickas, A. Vasiliauskaite. // Social Research. – 2012. – №4. – С. 32–44.
5. Claessens S. Financial Crises: Explanations, Types, and Implications / S. Claessens, M. Kose. // International Monetary Fund. – 2013. – С. 66.
6. Александрова Е. Н. Глобальный финансовый кризис: краткий обзор определяющих факторов, текущего состояния и перспектив развития / Е. Н. Александрова, В. П. Насыбулина, Н. В. Андреева. // Финансы и кредит. – 2010. – С. 19–24.
7. Ganaeva I. Forecasting Current Crises. Comparison of conventional methods and artificial neural network model [Електронний ресурс] / I. Ganaeva, R. A. M. ElDin // Barcelona Graduate School of Economics. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://pdfs.semanticscholar.org/5fa8/0796c20abeaabd903b4104d2a105cbb19c9.pdf>
8. Wang L. A Combination of Models for Financial Crisis Prediction: Integrating Probabilistic Neural Network with Back-Propagation based on Adaptive Boosting / L. Wang, C. Wu. // International Journal of Computational Intelligence Systems. – 2017. – №10. – С. 507–520.

МЕХАНІЗМИ, ФОРМИ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Міжнародна економічна дипломатія у сфері торговельних відносин являє собою один із найважливіших засобів зовнішньої політики держави. Сучасна економічна дипломатія - це багатопланова діяльність держави та бізнесу по реалізації зовнішньоекономічної політики з найбільшою для країни вигодою та найменшими витратами. Головна мета – забезпечення національних інтересів та переваг держави в області зовнішньоекономічних зв'язків та закріплення конкурентоспроможності в умовах зростаючої глобалізації в сучасних умовах.

Міждержавна координація у цій сфері здійснюється, як правило, за допомогою вироблення відповідних домовленостей, що визначають норми, правила, стандарти, процедури, механізми, які регламентують поведінку країн при вирішенні конкретних завдань, пов'язаних з міжнародною торгівлею.

На сьогоднішній день міжнародні торговельні відносини регулюються Світовою організацією торгівлі (СОТ). Це необхідно для здійснення протистояння протекціонізму на національних і регіональних рівнях і в кінцевому підсумку для сприяння лібералізації процесу зовнішньої торгівлі.

Особливу роль в регулюванні міжнародної торгівлі виконують багатосторонні угоди, що діють в рамках: ГАТТ/СОТ; ГАТС; ТРІПС.

Уругвайський раунд прийняв рішення про створення СОТ, яка стала правонаступницею ГАТТ і зберегла його основні положення. Але рішення раунду доповнили їх завданнями забезпечення свободи торгівлі не тільки за рахунок лібералізації, але і шляхом використання так званих ув'язок. Сенс ув'язок полягає в тому, що будь-які рішення держави про підвищення тарифу приймаються одночасно з рішенням про лібералізацію імпорту інших товарів.

СОТ не входить в сферу діяльності ООН, що дозволяє їй проводити власну політику і контроль за діяльністю країн-учасниць.

Загальне регулювання на глобальному рівні здійснюється в рамках ГАТС. У його регулюванні – ті ж правила, які були вироблені ГАТТ: недискримінація, національний режим, транспарентність (гласність і єдність читання законів), тощо. Однак реалізація цих правил не може регулювати особливості реалізації послуг як товару. Це означає, що регулювання умов торгівлі послугами означає регулювання умов їх виробництва, а це в свою чергу означає регулювання умов інвестування їх виробництва. [3, с. 25-28]

На національному рівні можуть застосовуватися тарифні і нетарифні методи і засоби регулювання зовнішньоекономічної діяльності. За допомогою цих методів визначаються можливості по-різному впливати не тільки на ціну товару (тарифи, податки, акцизні та інші збори), а й на вартісні і кількісні обсяги товару (кількісні обмеження, ліцензії, квоти тощо). [1]

З точки зору використовуваних методів регулювання зовнішньоторговельної діяльності розрізняють протекціоністські і фіскальні тарифи. Перші застосовуються у випадках, коли держава, використовуючи митні збори, піднімає внутрішні ціни на імпортований товар, знижуючи тим самим його конкурентоспроможність в порівнянні з аналогічним вітчизняним товаром і одночасно захищаючи вітчизняного виробника.

Фіскальні мита зазвичай вводяться з метою поповнення національних бюджетів за рахунок податкових надходжень від продажу імпортованих товарів.

З практичних цілей міжнародна торгівля має три основні форми: імпорт, експорт та реекспорт.

Імпорт передбачає собою придбання товарів та послуг у іноземних країнах, оскільки вони не можуть бути виготовлені у достатній кількості або за конкурентною вартістю у власній країні.

Експорт є формою міжнародної торгівлі, яка покладається на продаж товарів та послуг місцевого виробництва в іноземні країни. Теоретично це - протилежність імпортованій торгівлі. Реекспорт - специфічна форма

міжнародної торгівлі, яка включає як імпорту, так і експорту складову. За цією формою товари та послуги імпортуються з однієї країни, щоб надалі їх експортувати в іншу. Це означає, що ввезені товари не використовуються для споживання чи продажу в країні-імпортері. Натомість країна-імпортер просто додає певну вартість товарам, перш ніж експортувати їх ще раз. Наприклад, якщо Індія імпортує каучук з Таїланду, переробляє його та реекспортує до іншої країни, як Японія, це буде називатися торгівлею-реекспортом. [3, 129-131].

Більшість країн займаються торгівлею-реекспортом з наступних причин:

- Відсутність доступу або прямий зв'язок між будь-якими двома країнами;

- Покращена обробка та матеріально-технічне забезпечення у третій країні;

- У країні-імпортері відсутнє фінансування банківськими установами.

Міжнародна торгівля надає різноманітні стратегічні переваги для всіх країн-учасниць. До них належать:

- Країни можуть зосередитись виключно на виробництві товарів та послуг, що відповідають їх географії, навичкам та можливостям. Це породжує культуру диференціації та спеціалізації.

- Міжнародна торгівля дає змогу країні отримувати високоякісні товари та послуги за винятково доступними цінами, щоб задовольнити конкретні потреби.

- Світова торгівля викликає потік конкуренції на місцевому ринку.

Країни, що торгують одна з одною, мають тенденцію створювати більше професійних можливостей у порівнянні зі своїми неторговими аналогами.

Так, на сьогоднішній день міжнародні торговельні відносини як важлива складова економічної дипломатії відіграють важливу роль. Встановлення та регулювання таких міжнародних зв'язків сприяє інтеграції країн у світове господарство, щоб кожна держава могла відстоювати свої національні

інтереси та сприяти забезпеченню своїх ресурсних потреб, розвивати та задовольняти свої базові господарські потреби.

Список літератури:

1. Национальная экономика: Учебник / Подобщей ред. Р. М. Нуреева – 2008.
2. Руднева А. О. Международная торговля. Учеб. пособие. - ИНФРА-М, 2018.
3. Michael J. Trebilcock and Robert Howse. The Regulation of International Trade. London, 2009.
4. <https://www.wto.org/index.htm>

Корінчук С.В. (магістрант)

«ЗЕЛЕНИЙ» ТРЕНД СТРУКТУРНИХ ЗМІН У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Екологічні загрози, що пов'язані з глобальною зміною клімату та загальним погіршенням стану навколишнього середовища, посідають сьогодні перші позиції у рейтингу глобальних ризиків. Такі обставини поставили країни перед необхідністю визначити пріоритетом своїх національних політик поетапне відновлення природних екосистем до безпечного рівня, дотримання принципів економічної ефективності, соціальної справедливості та сталого розвитку. Тенденції розвитку світового господарства у ХХІ ст. створили «вікно можливостей» для проведення радикальних реформ, серед яких ключова роль належить «зеленій» економіці.

«Зелена» економіка – основа реалізації концепції сталого розвитку на базі ефективного ресурсозбереження та енергоспоживання, зниження викидів вуглекислого газу, зменшення шкідливого впливу на довкілля та розвитку соціально інтегрованого суспільства. Реалізація зазначеної концепції вимагає кардинальне «переформатування» поточних і майбутніх інвестицій, додаткових витрат за межами традиційного підходу. Зміна траєкторії світової економіки в напрямі сталого розвитку дедалі більше визначає прагнення урядів, транснаціональних корпорацій, інституційних інвесторів і домогосподарств до мобілізації «зелених» у низьковуглецеву та кліматично стійку інфраструктуру, розвиток відновлювальної енергетики, проведення

промислової та енергетичної модернізації та ін.«Зелений» тренд структурних перетворень у світовій економіці покликаний:

- підвищити обізнаність про реальне екологічне, енергетичне та соціально-економічне становище світу, виявивши ідеологічні варіанти для кращого розуміння дилеми «економічне зростання – захист довкілля»;
- знайти оптимальні шляхи та більш ефективні інструменти для вирішення проблем, з якими сикнулося суспільство.

Головною метою «зеленої» економіки є забезпечення згідно глобальних ЦСРзрушення у бік сталого виробництва та споживання за одночасного включення екологічних питань у процес прийняття рішень.

Очевидним є те, що досягнення поступу є результатом акумулювання та вкладення чималих фінансів і інвестицій. У зв'язку з цим, міжнародна фінансова система потребує не лише посилення регулювання з метою забезпечення стабільності, але і більш глибокої трансформації з тим, щоб мати можливість фінансувати економічно стійке, «зелене» зростання. Наразі, завдяки консолідації зусиль державних і наднаціональних органів влади, а також міжнародного бізнесу та фінансових установ з метою побудови ефективного механізму «зеленого» фінансування, впроваджуються практичні дії в даному напрямі.

Концепція «зеленої» економіки вплинула на дискурси та політику в більшості країн світу [1], акцентуючи увагу на різних аспектах її місії в соціально-економічному розвитку. Для Великої Британії, Франції та Китаю пріоритетом є економічне зростання та конкуренція; такі країни Африки, як Руанда, Марокко, Ефіопія, Сенегал та ПАР, роблять акценти на їх здатності здійснювати трансформації, які дозволять «перестрибнути» поточні парадигми «забруднюючого» розвитку [2]; а країни АТР намагаються переорієнтуватися на вирішення соціальних питань (збереження робочих місць, боротьба з бідністю) та досягнення солідарності.

На міжнародному рівні пріоритети «зеленого» тренду структурних перетворень світової економіки було сформовано у Декларації бізнес-лідерів G20 з питань «зеленого» зростання, було запропоновано ряд заходів:

✓ *Вільна торгівля «зеленими» товарами та послугами:* ініціювати лібералізацію торгівлю енергетичними товарами та послугами з метою усунення тарифів, вимог щодо вмісту та інших нетарифних бар'єрів, а також координації технічних стандартів. Це дозволить отримати позитивні стимули до розробки та розширення використання товарів і послуг з екологічно чистих джерел енергії, сприяючи зменшенню викидів ПГ та забезпеченню енергетичної безпеки.

✓ *Надійне ціноутворення на викиди вуглецю:* забезпечити високу та достатньо стабільну ціну на вуглець для зміни інвестиційних інтересів, що посилює стимули для інвестування в екологічно стійкі технології.

✓ *Припинення та переорієнтація неефективних субсидій на викопне паливо:* розробка національних планів з поступовою відмовою від неефективних субсидій на викопне паливо та переадресація їх частини на забезпечення доступу до енергії найбільш вразливих верств населення та інші державні пріоритети в «зелену» інфраструктуру.

✓ *Впровадження низьковуглецевих інновацій:* використання доходів від ціноутворення на вуглецеві заходи для збільшення підтримки досліджень, розробок, демонстрації та розгортання технологій низьковуглецевого виробництва шляхом об'єднання міжнародних зусиль.

✓ *Докласти чималих зусиль у частині державного фінансування з метою створення умов для мобілізації приватних інвестицій.*

Перехід до «зеленої» економіки має закріпити глобальні тренди до зростання добробуту людей та їх соціальної рівності, скорочення екологічних ризиків і дефіцитів [3]. Успіх у реалізації курсу має забезпечуватися свідомим формуванням кожною країною сприятливих умов, що вимагає проведення реформ, спрямованих на: збільшення державних інвестицій і видатків; запровадження екологічних податків і ряду ринкових інструментів мінімізації зовнішнього впливу на навколишнє середовище, що дозволить компенсувати слабкість ринкових інститутів; відмову від держсубсидування

екологічно шкідливих виробництв; посилення нормативно-правового регулювання в питаннях захисту довкілля.

Список літератури:

1. Georgeson L., Maslin M., Poessinouw M. The Global green economy: a review of concepts, definitions, measurement methodologies and their interactions. – Geography and Environment, Vol.4, Issue 1, 2017.
2. Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. – UNEP, https://sustainabledevelopment.un.org/contents/126GER_synthesis_en.pdf.
3. МОТ: Развитие «зеленой» экономики приведет к созданию 24 млн. рабочих мест к 2030 году. – International Centre for Trade and Sustainable Development, 21 May 2018.

Красноружева К.С. (студентка II курсу)

РОЗВИТОК ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В КРАЇНАХ ЄС: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

На сучасному етапі відбувається формування економічних, правових, політичних, соціальних відносин між державами та приватними підприємствами. Для України особливою актуальністю набуває дослідження досвіду державно-приватного партнерства (ДПП) країн ЄС та адаптація цього процесу в Україні. Актуальність дослідження цієї проблеми полягає в створенні нових можливостей для розвитку бізнесу в Україні із використанням механізмів ДПП.

Питання розвитку державно-приватного партнерства в країнах ЄС є предметом дослідження багатьох провідних економістів В.Г. Варнавський, Л.І.Єфімова, Є.А.Коровін, Л.Отул. На основі європейського розвитку, Україна може покращити політику залучення нових інвестицій, розвивати малий та середній бізнес. Метою дослідження є виявлення наслідків розвитку державно-приватного партнерства в країнах ЄС та визначення можливостей щодо розвитку в Україні партнерських відносин в різних сферах діяльності на основі європейського досвіду.

Державно-приватне партнерство є перспективним інструментом економічного розвитку, за допомогою якого можна залучити нові кошти у проекти, де державні та місцеві органи влади намагаються зберегти контроль, та налагодити співпрацю з інвесторами[1].

Кожного року в ЄС проводиться багато проектів, що стосуються державно-приватного партнерства. За підсумками 2017-2018 років лідерами за кількістю угод стали транспортна сфера (31%), медицина (19%), сфера освіти (13%), телекомунікації (10%)[2]. Результати дослідження свідчать про те, що в Україні також можливий ефективний розвиток державно-приватного партнерства.

Для досягнення успіхів в реалізації державно-приватного партнерства країни Європейського союзу використовують різні проекти. Прикладом для України може слугувати Франція. Модель державно-приватного партнерства у Франції – Private Finance Initiative (PFI), яка заснована на принципі приватної фінансової ініціативи. Для національної економіки цієї країни характерне залучення значної частки державного сектору в ті галузі, які потребують великомасштабного інвестування, а тому приватні сектори не справляються. Франція якісно реалізує державно-приватне партнерство у сфері інфраструктури та медицини. У Франції державно-приватне партнерство є міцною структурою, яке надає адміністративні послуги.

Розвиток ДПП в Італії має інші риси. Державно-приватне партнерство вважається одним з найефективніших механізмів економічного розвитку. Для економічної системи Італії характерна невелика кількість великих підприємств, більшу частину займають малі та середні підприємства. В країні активно реалізується поширення ДПП, його економічні та правові аспекти. Основними сферами, де спостерігається державно-приватне партнерство в Італії, є транспорт, медична сфера, житлово-комунальна галузь.

У Нідерландах діє низка програм пов'язаних з державно-приватним партнерством. Більшість з цих програм направлена у сферу науки та

промисловості. Спочатку проекти ДПП були направлені на ремонт автомобільних доріг, але таким проектам не вистачало якісного управління, тому для покращення ефективності роботи ДПП в Нідерландах був створений Департамент Державно-приватного партнерства. На сьогоднішній день більшість проектів ДПП направлені у будівництво доріг, медичну сферу, освітні установи.

За даними дослідження ОЕСР, можна зробити висновки, що досвід Нідерландів у сфері державно-приватного партнерства є цінним для України. Досвід Нідерландів показав, що державний сектор, який повинен просувати ДПП, може, навпаки, виступити проти нього: державні службовці можуть побоюватися втрати робочі місця.

На підставі аналізу поширення та розвитку ДПП можна стверджувати, що кожна країна використовує свої механізми розвитку державно-приватних партнерств. Практика застосування ДПП поширюється в тих країнах, де держава і бізнес не можуть існувати окремо, але в той самий час повинні взаємодоповнювати один одного. За статистикою минулих років можна зазначити, що Україна може використовувати досвід європейських країн. Отже, можна зробити висновок, що Україні необхідно створити центр ДПП для подальшого ефективного розвитку державно-приватного підприємства.

Список літератури:

1. Безбах Н.В. Використання зарубіжного досвіду в розвитку державно-приватного партнерства в Україні. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Bezbach.pdf> (дата звернення 16.10.2020)
2. Державно-приватне партнерство як механізм реалізації нової регіональної політики: можливості застосування та практичні аспекти підготовки і впровадження інвестиційних проектів: публікація. URL: [http://rdpa.regionet.org.ua/images/129/PPP report U-LEAD 30 10 2017.pdf](http://rdpa.regionet.org.ua/images/129/PPP_report_U-LEAD_30_10_2017.pdf)
3. Длугопольський О.В., Жуковська А.Ю. Державно-приватні партнерства: зарубіжний досвід і уроки для України. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. URL: [http://ape_2012_3_7%20\(5\).pdf](http://ape_2012_3_7%20(5).pdf) (дата звернення 16.10.2020)
4. Оленцевич Н.В. Державно-приватне партнерство у розвинених країнах світу: досвід для України: стаття. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/398> (дата звернення 16.10.2020)

ВПЛИВ РОЗВИТКУ E7 ТА G7 НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ

Економіки країн, що розвиваються до 2050 року займуть лідируюче становище в світовому господарстві. У найближчі 30 років світ стане свідком глобального економічного перевороту: титул лідерів світової економіки перейде від держав G7 (Група семи країн, що складається з США, Великобританії, Канади, Франції, Німеччини, Італії та Японії) до країн E7 (сім економік, що розвиваються) - Китай, Індія, Бразилія, Росія, Індонезія, Мексика і Туреччина.

Частка «великої сімки» в світовій економіці буде неминуче скорочуватися, а країни E7, навпаки, будуть збільшувати свою вагу відносно американського і світового ВВП. Китайський ВВП, що становить зараз 76% від американського, в 2050 році досягне 143%[6].

Прогнозується, що міста в Китаї, Індії та Індонезії, стануть помітними реальними темпами зростання ВВП[6], а їх реальна економіка вдвічі збільшиться за період до 2030 р. До 2030 року китайські міста найбільше закріплять свій вплив з боку групи E7. Азійські якорі, Пекін та Шанхай, потраплять до 10-ти найбільших економік у світі. «Нові ворота» - Шеньчжень, Гуанчжоу та Тяньцзін - увійдуть до топ-15 міст, що найшвидше розвиваються.

«В цілому ж за підсумками першої половини XXI століття розмір економік E7 перевершить G7 на 25% в поточних ринкових цінах або на 75% за паритетом купівельної спроможності. Китай і Індія забезпечать в найближчому майбутньому приплив дешевого імпорту в розвинені країни, що допоможе знизити інфляцію, процентні ставки і, можливо, ініціює споживчий бум», - наголошується в доповіді PwC[2]. Промисловість розвинених країн мало що зможе протиставити дешевому імпорту. У той же час і ринки країн, що розвиваються - гарне поле для реалізації конкурентних переваг розвиненими країнами.

Також варто розрізняти (сьогоднішні) провідні економіки, тобто в основному клуб ОЕСР, та економіки, що розвиваються. Зростання в розвинутих економіках за останні чотири роки стабілізувався на рівні 1,4% у розвинутих економіках і, як очікується, продовжиться зростати такими темпами протягом наступних кількох років. Навпаки, очікується, що зростання в решті світу (тобто на ринках, що розвиваються) прискориться з 3,1% до 3,6%[3].

В останні роки спостерігалось деяке поживлення зростання в економіці єврозони, але більшість прогнозів вказує на потенційний темп зростання економіки близько 1%, що на один процентний пункт нижче показника США. Неочікуваний останній розвиток подій полягає в тому, що рушії зростання в Китаї стали дещо менш збалансованими. Зростання більше не зумовлене експортом та інвестиціями. Внутрішні заощадження зменшилися, а зовнішній профіцит майже зник.

Тому для аналізу економічної моделі з урахуванням ВВП, географічної відстані та інших характеристик, порівнюючи фактичний експорт G7 до їх торгового потенціалу, використовують індекс торгівлі від G7 до E7 від Standard Chartered. Великобританія, США та Франція мають найбільші успіхи, якщо зможуть реалізувати свій торговий потенціал E7, тоді як Німеччина - єдина країна, яка в даний час перевищує загальний торговий потенціал E7. Проте навіть Німеччина має набагато більше зробити для побудови торгових відносин з E7, оскільки переважна більшість загальної торгівлі Німеччини з E7 припадає на Китай, що створює ризик потенційної надмірної залежності від єдиного, хоч і значного торгового партнера.

E7 продовжує рости вперед у той час, коли слабше зростання «великої сімки» може призвести до того, що економіки G7 та їхні компанії, залишаться на повільному шляху розвитку. Кожна країна G7 отримує багато вигаду від пришвидшення своїх експортних показників у цих семи економіках, що розвиваються, для досягнення - і навіть перевищення - свого торгового потенціалу [4].

Процвітання ринку, що розвивається, створить багато можливостей для бізнесу. Вони виникнуть у міру прогресу цих економік у нових галузях, взаємодії зі світовими ринками та в міру того, як їхнє відносно молоде населення стане багатшим. Такі ринки стануть більш привабливими місцями для ведення бізнесу та залучення інвестицій.

Однак економіки, що розвиваються часто відносно нестабільні, тому компаніям потрібні будуть операційні стратегії, що мають правильну суміш гнучкості та терпіння, щоб досягти успіху на цих ринках [5].

Список літератури:

1. Strategy Briefing Comparing G7 and E7 Cities in 2030 Now Launched. <https://blog.euromonitor.com/g7-e7-cities-2030-launched/>
2. TheWorldin 2050, PricewaterhouseCoopers (PwC). <https://www.pwc.com/gx/en/world-2050/assets/pwc-world-in-2050-slide-pack-feb-2017.pdf>
3. GlobalTrendsto 2035, EconomyandSocietyEPRS - EuropeanParliamentaryResearchServiceGlobalTrendsUnit.[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/627126/EPRS_STU\(2018\)627126_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/627126/EPRS_STU(2018)627126_EN.pdf)
4. G7 to E7: The Standard CharteredTradePerformanceIndex, Standard Chartered.<https://av.sc.com/corp-en/content/docs/G7-to-E7-SCB-Trade-Performance-Index.pdf>
5. Shiftofglobaleconomicpowertoemergingeconomiesettocontinueinlongrun, withIndia, IndonesiaandVietnamamongstarperformers,<https://www.pwc.com/jp/en/press-room/world-in-2050-170213.html>
6. Департамент досліджень Statista. <https://www.statista.com/>

Кухарець С.Е. (магістрант)

БЛОКЧЕЙН АБО ТЕХНОЛОГІЯ РОЗПОДІЛЕНОГО РЕЄСТРУ ЯК МЕХАНІЗМ ЕКОНОМІКИ У ХХІ СТОЛІТТІ

Блокчейн (Blockchain) це вибудувана за певними правилами безперервний послідовний ланцюжок блоків, що містять інформацію. Блокчейн як вічний цифровий розподілений журнал економічних транзакцій, який може бути запрограмований для запису не тільки фінансових операцій в якості криптовалюти, а й практично всього, що має цінність. [1]

Блокчейн - це універсальний інструмент для побудови різних баз даних, який має наступні переваги:

Децентралізація. Відсутній головний сервер зберігання даних. Всі записи зберігаються у кожного учасника системи.

Повна прозорість. Будь-який учасник може відстежити всі транзакції, що проходили в системі.

Конфіденційність. Всі дані зберігаються в зашифрованому вигляді. Користувач може відстежити всі транзакції, але не може ідентифікувати одержувача або відправника інформації, якщо він не знає номера гаманця. Для проведення операцій потрібно унікальний ключ доступу.

Надійність. Будь-яка спроба внесення несанкціонованих змін буде відхилена через невідповідність попереднім копіям. Для легального зміни даних потрібен спеціальний унікальний код, виданий і підтверджений системою.

Компроміс. Дані, які додаються в систему, перевіряються іншими учасниками. Вони перераховують хеш. Дозволяючи цифровій інформації поширюватися, але не копіюватися. [2]

Технологія блокчейн створила основу нового виду інтернету. Технологія була спочатку розроблена для цифрової валюти, біткоїн, але в даний час технічне співтовариство шукає інші потенційні варіанти використання даної технології.

Блокчейн часто порівнюють зі стандартним щоденником або картотекою, куди послідовно в хронологічному порядку вносяться записи про те, що зроблено - поспав, поїв, виправ, погуляв, взяв в борг, заплатив 100 доларів за вечерю і т.д. [1]

Щоб ніхто сторонній не міг внести на свій розсуд зміни в щоденник, вся інформація особливим чином шифрується, причому шифр продуманий якісно. Для надійності щоденник має безліч копій, які зберігаються в різних місцях. Причому, коли в щоденник вноситься нова інформація, вона після перевірки оновлюється на всіх примірниках.

Застосування шифрування гарантує, що користувачі можуть змінювати тільки ті частини ланцюжка блоків, якими вони «володіють» в тому сенсі, що у них є закриті ключі, без яких запис в файл неможлива. [3]

Крім того, шифрування гарантує синхронізацію копій розподіленої ланцюжка блоків у всіх користувачів. У технологію блокчейн спочатку закладена безпека на рівні бази даних. Концепцію ланцюжків блоків запропонував в 2008 р Сатоши Накамото (Satoshi Nakamoto).

Вперше реалізована вона була в 2009 році як складова цифрової валюти - біткоіни, де блокчейн грає роль головного загального реєстру для всіх операцій з біткоіни. Завдяки технології блокчейна біткоін став першою цифровою валютою, яка вирішує проблему подвійних витрат (на відміну від фізичних монет або жетонів, електронні файли можуть дублюватися і витрачатися двічі) без використання будь-якого авторитетного органу або центрального сервера.

У випадку криптовалют, криптографічні ключі використовуються для доступу до адрес, за якими зберігаються деякі суми у валюті, що представляють пряму фінансову цінність. Цим реалізується функція реєстрації переказу коштів, зазвичай таку роль виконують банки. Крім того, реалізується ще одна важлива функція: установка відносин довіри і підтвердження особистості, тому що ніхто не може змінювати ланцюжок блоків без відповідних ключів. [3]

Зміни, не підтвержені цими ключами, відхиляються. Звичайно, ключі (як і фізична валюта) теоретично можуть бути вкрадені, але захист кількох рядків комп'ютерного коду зазвичай не вимагає великих витрат. Порівняйте, наприклад, з витратами на зберігання золотого запасу в горезвісному Форт-Нокс. Це означає, що основні функції, що їх банками: перевірка достовірності особи для запобігання шахрайства і подальша реєстрація угод, після чого вони стають законними - можуть виконуватися ланцюжком блоків швидше і точніше.

Список літератури:

1. Melanie Swan. Blockchain: Blueprint for a New Economy. — O'Reilly Media, Inc., 2015.
2. Лоран Лелу. Блокчейн от А до Я. Все о технологии десятилетия. — : Эксмо, 2018.
3. Pedro Franco. The Blockchain // Understanding Bitcoin: Cryptography, Engineering and Economics. — John Wiley & Sons, 2014.

Миколайчук Т. (магістрант)

ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНІ НАСЛІДКИ МІГРАЦІЙНОЇ КРИЗИ В ЄВРОПІ

Упродовж багатьох десятиліть використання праці іноземних працівників служило фактором економічної динаміки країн ЄС з огляду на галузево-секторальну і географічну структуру їх зайнятості та розміщення по території співтовариства, оскільки іммігранти заповнювали вакансії, що ігноруються місцевим населенням та працевлаштовуються в тих сферах економічної діяльності, які носять циклічний характер і потребують значних фізичних зусиль. Але тривале дозоване споживання іноземних трудових ресурсів з боку західноєвропейського бізнесу було несподівано порушено емерджентними факторами: воєнними та громадянськими конфліктами на території окремих країн; стихійними та природними катаклізмами в окремих регіонах світу; політикою демографічної експансії з боку перенаселених країн; політичною та економічною нестабільністю на території ряду країн Близького Сходу та ін. Масовий наплив біженців з Півдня у Центральну, Східну та Північну Європу вніс хаос, некерованість і турбулентність у міграційну сферу.

Міграційна криза, що охопила у 2015 році європейський континент і мала своїм проявом хвилеподібний, вибуховий сплеск неконтрольованих, стихійних потоків мігрантів з країн Близького Сходу (понад 1,5 млн. осіб),

справила негативний вплив на політичну, соціально – економічну і морально - психологічну ситуацію, насамперед, в державах Європейського Союзу, стала потужним каталізатором дезінтеграційних процесів в середині даного блоку, які стрімко наростають в останні роки.

Основними наслідками деструктивної ролі міграційної кризи в євроінтеграційних процесах можна визначити наступні:

- Зниження інституційної спроможності з боку як керівних структур ЄС(Європейської ради, Європейської комісії, Ради міністрів, Європарламенту), так і неурядових організацій в частині виконання ними ключових функцій регіонального менеджменту щодо розподілу структурних фондів, вирівнювання територіальних соціально–економічних диспропорцій, розподілу квот між країнами на прийом трудових мігрантів і біженців та регулювання міграційних потоків тощо.

- Криза політичного та державного управління бюджетними коштами, охороною кордонів, солідарними підходами до вирішення міграційних проблем з врахуванням національних інтересів країн–членів ЄС, що виявилася в неефективних рішеннях. Найбільш драматичного характеру ця тематика набула в таких країнах як Німеччина, Франція, Бельгія та Італія. Спостерігається дві негативні в цьому контексті тенденції, з одного боку, всередині цих країн загострилися відносини між суспільством та владою, втрачається довіра громадян до політичних еліт, партій та інших державних інституцій, а з другого, - наростають конфронтаційні позиції у відносинах цих держав з Угорщиною, Чехією і Польщею, які відмовилися на прийняття мігрантів з Італії та Греції.

- Різко погіршився соціальний клімат в рамках Європейської спільноти, зросла кримінальна напруга через велику хвилю мігрантів – нелегалів, серед яких виявилися релігійні радикали і навіть ісламістські терористи, що викликало паніку серед місцевого населення і ксенофобські настрої щодо іноземців. Варто відзначити, що в основі рішення громадян Великої Британії

щодо Брекзиту були різні аргументи, але основними стали міграційна криза і сповільнення економічного розвитку.

- На глобальну міграційну ситуацію, в тому числі і на європейському континенті суттєвий вплив матиме Пандемія COVID – 19 та карантинні обмеження у світі. Вже сьогодні спостерігається значне зниження міжнародної мобільності населення і в першу чергу трудової міграції через закриття кордонів та інші бар'єри. Пандемія також продемонструвала Польщі і Чехії, що через такі непереборні обставини, як карантин і закриття кордонів підприємства залишившись без сотень тисяч робочих рук функціонують неефективно та зменшують темпи зростання економіки. Аналогічний урок отримали Великобританія, Італія та Іспанія де серед медперсоналу працює величезна кількість мігрантів.

Міграційна криза спонукала керівництво Європейського Союзу не тільки кардинально переглянути міграційну політику, але й інтеграційну стратегію в цілому, реагуючи на сучасні глобальні виклики та загрози.

Список літератури:

1. Пак Н. Неконтрольована міграція як загроза безпеці країн Європейського Союзу. Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. 2016. С. 30–32.
2. UNICEF RefugeeandMigrantResponseinEurope: HumanitarianSituation [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://reliefweb.int/report/greece/unicef-refugee-and-migrant-response-europe-humanitarian-situation-report-37-1-july-30>.
3. Europe'smigrantcrisisisworseningduringthepandemic[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2020/08/28/europe/europe-migrants-coronavirus-intl/index.html>
4. EuropeanLeadersFear Economic ImpactofCoronavirusWillFuelMigratio [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.voanews.com/europe/european-leaders-fear-economic-impact-coronavirus-will-fuel-migration>
5. Бурова К.А. Міграційна політика Європейського Союзу: проблеми сьогодення. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/11251/1/Burova_268-273.pdf

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ РЕСУРСИ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СВІТУ

Не викликає запитань розуміння важливості розвитку інтелектуальної складової суспільного розвитку. Накопичені знання слугують передумовою економічного зростання, так «людський потенціал відображає минуле, тобто є сукупністю властивостей, нагромаджених людською економічною системою у процесі її становлення, та зумовлює її можливості щодо функціонування та розвитку» [1]. Людський капітал та потенціал стають передумовою розвитку інтелектуального капіталу, так дослідження ООН зазначають, що «розвиток людини являється процесом розширення спектру вибору. Найбільш важливі елементи вибору – жити довгим та здоровим життям, отримати освіту та мати достойний рівень життя. Додаткові елементи вибору включають в себе політичну свободу, гарантовані права людини та самоповагу» [2].

Оцінка людського потенціалу та капіталу найчастіше здійснюється в рамках ключових індексів, серед яких Індекс людського розвитку, Індекс соціального прогресу та ін. Ключовими складовими є оцінка стану здоров'я, рівня освіти, доступу до освіти, матеріальні аспекти людського життя та ін. В країнах ТОП-10 практично за всіма глобальними індексами та рейтингами знаходяться високорозвинені країни світу (Швейцарія, Швеція, Фінляндія, США, Німеччина та ін.). Проте, наприклад в Норвегії та Швеції темп приросту розвитку людського потенціалу за останні 20 років зменшився в 10 раз, а у Великобританії цей показник дорівнює майже 14.

Досить близький є Індекс рівня соціального прогресу, він обраховується через групи:

1. Забезпечення базових фізіологічних потреб на певному рівні, медицина, рівень індивідуальної безпеки).
2. Доступ до освіти та рівень грамотності населення, рівень інформатизації суспільства, рівень охорони здоров'я та екологічні умови.

3. Можливості до розвитку (рівень свобод, прав та можливостей людини) [3].

Для даної групи країн характерна така сама ситуація щодо рівня розвитку економіки. Зв'язок між рівнем розвитку економіки та рівнем розвитку людського потенціалу прослідковується беззаперечно. Аналіз цих груп показників свідчить про наявність певних індикаторів, які враховуються в обох цих індексах, при цьому значне місце відводиться вимірам рівня освіченості, грамотності і загалом освіти [3].

Інтелектуальна площина реалізації людського потенціалу породжує підвищений рівень вимог до рівня освіти, перехід до знаннєвої економіки та ін. Так, інтелектуальний потенціал розуміється як сукупність знань, умінь і творчих обдарувань індивідів, їх освітньо-кваліфікаційний рівень, які дають змогу засвоювати набуті та творити нові знання, тобто це здебільшого можливості, якими володіє особа [4]. Інтелектуальний капітал є самою динамічною складовою людського капіталу і включає в себе освіту, культуру, рівень володіння науковими знаннями та інформацією [5, С.34].

Розвиток інтелектуальної складової економічної діяльності призводить до формування та напрацювання нових рішень в економічній діяльності (бізнес-моделі, креативні продукти, нові технології та ін.). Фактично важливим завданням в цьому контексті являється перерозподіл інтелектуальних ресурсів в глобальному середовищі, їх акумуляція, втілення в економічну діяльність та ін. При цьому інтелектуалізація визначається як основа економічного розвитку і стає підґрунтям для економічних проривів самих розвинених країн. Під поняттям «інтелектуалізація економіки» розуміється сучасний етап економічного розвитку світової економіки, що характеризується підвищенням ролі знань та освіти, як факторів, що його забезпечують [6].

Інтелектуалізація господарської діяльності в першу чергу покликана лежить в основі вирішення нагальних проблем суспільства, продукування

стратегій розвитку, напрацювання нових технологій та ін. Постійне удосконалення стратегії підвищення інтелектуалізації економіки на всіх її рівнях дало можливість США, ЄС, Японії, Китаю зайняти позиції світових лідерів у науково-технологічному секторі [7].

Таким чином, перехід до економіки знань вимагає формування інноваційної екосистеми, що може сприяти напрацюванню нових технологій та втілення інтелектуального потенціалу. Інтелектуальний ресурс стає передумовою успішної реалізації національних економічних інтересів задля розвитку національних економік.

Список літератури:

1. Стефанишин О.В. Людський потенціал ринкової економіки України. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. 2006. Вип.16.1. С.276-284. URL: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/chem_biol/nvntu/16_1/276_Stefanyszyn_16_1.pdf
2. Індекс розвитку людського потенціалу. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/human-development-index/human-development-index-info>
3. Цимбал Л.І. Людський потенціал як основа розвитку економіки знань. Проблеми і перспективи економіки та управління. №4(8). 2016. С.23-30.
4. Прошак В. Концепція інтелектуального капіталу у сучасній економічній теорії. Вісник Львівського ун-ту: серія економічна. Львів: Вид.центр ЛНУ ім. Івана Франка. 2003. Вип.32. С.598
5. Медведев В.А. Перед вызовами постиндустриализма: Взгляд на прошлое, настоящее и будущее России. М.: Альпина Паблицер, 2003.
6. Іщук С.О. Інтелектуалізація як світова тенденція економічного розвитку. Вісник Університету банківської справи Національного банку України. 2011 № 2 (11). С. 91-95
7. Лях В.В., Удовік С.Л. Фінська модель інформаційного суспільства: приклад для наслідування (передмова) // Кастельс М., Хіманен П. Інформаційне суспільство та держава добробуту. Фінська модель / Пер. з англ. К.: Вид-во “Ваклер” у формі ТОВ, 2006. С.15–22.

СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ КОМПАНІЙ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ

За останні роки умови ведення бізнесу значно змінилися. Процеси глобалізації значно розширили кордони, надали можливості компаніям проводити свою діяльність на іноземних ринках, що сприяє розвитку міжнародної торгівлі. Міжнародна торгівля дозволяє країнам розширювати свої ринки і отримувати доступ до товарів і послуг, які в іншому випадку могли б бути недоступні всередині країни. В результаті міжнародної торгівлі ринок став більш конкурентним. В кінцевому підсумку це призводить до більш конкурентоспроможних цін і дає споживачеві більш дешевий продукт[2].

Особливо важливою та актуальною є міжнародна торгівля для вітчизняних підприємств, які внаслідок складної політико-економічної ситуації в країні, зниження платоспроможності основних груп споживачів, подорожання ресурсів та девальвації національної валюти опинилися в ситуації значного погіршення власного фінансового стану і отримують значно менші прибутки, ніж раніше. До того ж підписання Україною декількох угод з ЄС надало нові можливості вітчизняним підприємствам щодо виходу на міжнародні ринки. У першу чергу це стосується вітчизняних компаній харчової промисловості, які мають потужну ресурсну базу, але через обмежену платоспроможність українського покупця не використовують повністю власний потенціал. Як наслідок - значні обсяги продукції харчової промисловості експортуються. Так за останні 5 років експорт продукції харчової промисловості зріс з 6,7 млрд. дол. США у 2015 році до 8,6 млрд. дол. США у 2019 році [3].

Вихід же на міжнародні ринки збуту вітчизняним компаніям харчової промисловості дозволить отримати ряд переваг, а саме:

- розширити клієнтську базу;
- реалізовувати продукцію по більш високим цінам;

– підвищити рівень довіри до бренду як у межах України, так і за її межами;

– заявити про себе на міжнародних ринках;

– збільшити доходи та прибутки тощо.

Стратегія у даному випадку представляє собою деталізований план дій компанії щодо виходу на міжнародний ринок збуту. У загальному вона повинна включати низку обґрунтованих дій, які необхідно здійснити для успішного виходу компанії харчової промисловості на міжнародний ринок. Однією з головних умов ефективної стратегії є адекватна оцінка можливостей зовнішнього та внутрішнього середовища. Досить часто не правильне визначення внутрішнього потенціалу підприємства призводить до пагубних результатів.

Існує декілька стратегічних підходів щодо виходу компаній харчової промисловості України на міжнародні ринки. Так, проведений аналіз дозволив виділити три основні стратегії виходу на зовнішній ринок, які можуть використовувати у тому числі й підприємства харчової промисловості[1,2]:

– експортування, яке може бути прямим або непрямим. Непрямий експорт здійснюється через посередників, а прямий передбачає наявність на підприємстві власного структурного підрозділу, який би займався просуванням продукції на міжнародні ринки;

– спільне підприємство, коли підприємства з різних держав об'єднуються з метою отримання додаткових конкурентних переваг;

– пряме інвестування передбачає розміщення капіталу підприємством у зарубіжні підприємства, філії.

Кожна із зазначених стратегій може бути використані підприємствами харчової промисловості. При цьому єдиної найбільш ефективної стратегії не існує, все залежить від можливостей безпосередньо підприємства. Зазначимо, що частина вітчизняних компаній харчової промисловості уже просунулися у даному питанні та обрали одну з стратегій (табл. 1).

Стратегії виходу провідних українських компаній на міжнародні ринки[1]

Підприємство	Зміст стратегії	Вид стратегії
ДП «Українська горілчана компанія Nemiroff»	Підприємство є великим за розміром. З метою виходу на нові ринки компанія відкриває торгові представництва за кордоном, наприклад у Польщі	Стратегія прямого експорту
ПрАТ «Вінницька кондитерська фабрика «Рошен»	«Рошен» розпочало випуск продукції в ЄС – спільно з угорською фабрикою «BronbonettiChoco» (під ТМ «BronbonettiElegance»), придбавши частину акцій угорського підприємства.	Стратегія спільної підприємницької діяльності (спільне володіння)
ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат»	Підприємство входить до промислової групи «Violi», що здійснює пошук іноземних замовників та організовує поставки в європейські держави	Стратегія прямого експорту

Єдиної оптимальної стратегії виходу компаній харчової промисловості на міжнародний ринок не існує. Все залежить від специфіки діяльності, внутрішнього потенціалу та зовнішніх можливостей. Для підприємств-початківців характерним є вибір стратегії непрямого експорту, який передбачає залучення посередників.

Таким чином, сучасні умови господарювання вимагають від вітчизняних компаній харчової промисловості виходу на міжнародні ринки збуту. Цьому сприяє значна ресурсна база, поступове входження України до європейського простору, а також потреба компаній у розширенні ринків збуту. Для виходу компаній на міжнародні ринки необхідна відповідна стратегія, яка для кожного є унікальною. Найбільш поширеними є стратегія прямого та непрямого експорту та стратегія спільної діяльності.

Список літератури:

1. Бойко О.О. Розробка вітчизняними підприємствами стратегії виходу на нові зарубіжні ринки. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 7. С. 31-40.
2. Тюха І.В. Стан та перспективи розширення закордонних ринків збуту вітчизняних підприємств. *Ефективна економіка*. 2012. № 9. С. 65-72.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (Дата звернення: 16.10.2020).

СТАНОВЛЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ

Світова валютна система базується на різних формах грошей, які обслуговують міжнародні відносини, тому ці гроші називаються світовими. Функціональні форми останніх розвивались паралельно з національними, що означає їх шлях від золотих до кредитних. З плином часу та розвитком торгівельно-економічних відносин між державами стратегічного значення набуває функція світових грошей, вона обслуговує рух вартості в міжнародному економічному обороті і забезпечує реалізацію взаємовідносин між країнами. Саме з появою цієї функції ми можемо казати про початок формування світової валютної системи. У своєму розвитку світова валютна система має 4 етапи становлення:

1. До 1914 р. - панування системи золотого стандарту, коли золоту надавалась роль резервної валюти й інструменту врегулювання сальдо платіжних балансів.
2. З 1914 до 1946 р. - період розпаду золотого стандарту, пов'язаний з заміною золотого стандарту золотовалютним, де провідну роль грали фунт стерлінгів і американський долар.
3. З 1946 до 1974 р.- відміна золотовалютного стандарту, заснування міжнародних фінансових інститутів і панування долара США як основної резервної валюти. Долар став основною резервною валютою і зайняв панівне положення в системі міжнародних платежів. Також на цьому етапі були створені нові міжнародні гроші - спеціальні права запозичення (СПЗ), які складаються з провідних валют світу.
4. З кінця 1970-х років по наш час – відбувається формування сучасної світової валютної системи.

З метою збільшення міжнародних резервів МВФ заснував у 1969 р. штучну базову валюту (символічне золото) – спеціальні права запозичення (СПЗ), які є рахунковою одиницею і засобом підвищення ліквідності валют у світі. Це нова форма міжнародних активів, призначення яких безготівкові

міжнародні розрахунки шляхом записів на спеціальних рахунках конкретних країн. Умовна вартість складається на базі середньозваженої вартості та валютного курсу провідних валют світу.

Зараз вартість 1 одиниці СПЗ визначають: долар США (41,73%), євро (30,93%), японська ієна (8,33%), британський фунт стерлінгів (8,09%) та китайський юань (10,92%), раніше замість юаня та євро були німецька марка та французький франк. Частки визначаються у відповідності з важливістю кожної валюти в міжнародній торгівлі й розрахунках. СПЗ в якості рахункової одиниці не замінили золото і долар, а стали новим значенням для різних угод і операцій. Разом з тим, СПЗ не має ієродовіри і популярності, що їм призначались на початок. Вони не виконують свою основну функцію, а саме головного резервного інструменту, оскільки резервною валютою досі залишається долар США.

Практично з 70-х років почала формуватись сучасна валютна система, в рамках якої склались три види міжнародних грошей: золото, ключова валюта і штучна валюта. Однак у перспективі золото взагалі перестане виконувати свої традиційні функції, а золотий запас МВФ буде ліквідований. Однак залишається питання, оскільки кредитні гроші на відміну від золота не можуть виступати в якості повноцінних світових грошей, тому що не мають власної вартості та не можуть виступати загальним платіжним засобом.

Останні роки світ заповнив попит на криптовалюти. У 2009 був зроблений Bitcoin (BTC), та вже через 10 років у світі існує 2322 криптовалюти які оцінюються у 349 млрд дол. США. Нині ще не існує механізмів регулювання, тому уряди країн занепокоєні адже це дуже зручний спосіб шахрайства, дуже яскравим прикладом є KuCoin, де 26 вересня 2020 р. вломали базу та викрали за даними із біржі \$150 млрд дол. США.

Підводячи підсумок можемо казати, що сучасні світові гроші – це набір національних валют, які використовуються іноземними банками як платіжно-рахунковий знак і резервний засіб, а також виступають основою визначення валютного паритету і валютного курсу. На кожному

етапі формування світової валютної системи статус резервної валюти закріплюється за валютами країн з розвинутою економікою. Зараз у світовій торгівлі основною валютою продовжує відігравати долар США, фактично він перетворився в експортний товар.

Через те, що в світі відсутні єдині гроші, які обов'язкові для приймання усіма країнами, то виникає потреба в купівлі-продажу банками іноземних валют і наявності різних правил та інструментів, які забезпечують функціонування валютного ринку. В останні роки набувають популярності розрахунки за допомогою кредитних карток. А введення електронних грошей означає відмову від матеріальних носіїв в будь-яких розрахунках, саме в цьому проявляється основна специфіка сучасних грошей.

Список літератури:

1. Міжнародний валютний фонд [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.imf.org>
2. Стирська О.І. Світова валютна система: теоретичний аспект / О.Стирська // Фінансовий простір - 2015 - № 2.
3. Кулішов В.В. До питання про валютно-фінансову систему / В.Кулішов // Вісник ЖДТУ - 2013 - № 1.
4. Шаров О. Наступний Бреттон-Вудс: логіка розвитку міжнародної валютної системи / О. Шаров // Вісник Національного банку України - 2014 – № 7.

Василишин Р.Л. (магістрант)

БЕНЧМАРКІНГ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ НОВОЇ НОРМАЛЬНОСТІ

Пандемія Covid-19 призвела до нової економічної кризи, наслідки якої будуть непередбачуваними для багатьох країн світу. Бенчмаркінг міжнародної конкурентоспроможності України, дозволить оцінити сильні та слабкі сторони економіки та встановити стратегічні пріоритети для нарощення міжнародної конкурентоспроможності.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Умови ведення бізнесу	57,03	71	56,94	72	71,22	32	57,31	70
Інфраструктура і ринок	48,43	87	61,41	47	65,14	42	52,18	77
Якість економіки	42,91	99	60,8	40	62,92	39	56,95	53
Умови життя	77,76	69	79,82	64	89,94	31	81,12	59
Здоров'я	64,76	114	73	71	77,49	40	71,81	84
Освіта	77,49	37	68,51	61	78,94	34	77,45	38
Природне середовище	49,65	127	58,73	58	58,65	62	48,97	13
Інвестиційне середовище	45,58	113	68,14	36	67,71	38	62,09	51

Проведемо бенчмаркінг міжнародної конкурентоспроможності України за індексом процвітання інституту Легатум а для порівняння використаємо групу країн: Польща, Румунія, Казахстан (табл. 1).

Таблиця 1

Бенчмаркінг України, Польщі, Румунії та Казахстану за Індексом процвітання, 2019р.

Показник	Україна		Румунія		Польща		Казахстан	
	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Індекс процвітання	54,5	96	65,59	47	69,3	36	59,12	68
Безпека і охорона	46,18	145	80,99	40	88,36	22	69,52	89
Особисті свободи	53,71	85	60,87	57	60,17	62	32,88	139
Державне управління	48,62	81	59,06	47	63,95	38	47,63	87
Соціальний капітал	41,91	148	46,82	116	47,13	111	51,46	72

*Джерело складено автором на основі даних інституту Легатум

Питання нарощення міжнародної конкурентоспроможності у час глобальної кризи, а також дослідження формування конкурентних стратегій розвитку держав та факторів їх лідерства вивчаються такими вченими: К. Шваб, Т. Гейгер, Р. Кротті, С. Браєн, Л. Грівс, Я.Хармашек, Д. Едвардс, М. Портер, М. Грін, П. Крилова, Х.Карвет, А. Бріс та багато інших, а серед вітчизняних вчених варто виокремити - Д.Лук'яненко, Л. Антонюк, Ю. Пахомова, А.Поручника, О. Швиданенко та інші. Найбільш значимим дослідженнями міжнародної конкуренції та теорії конкурентних переваг

країн, факторів що визначають конкурентоспроможність на мікро- та мезорівнях були зроблені американським вченим М. Портером [1]

Серед даної групи країн Україна посідає найнижче - 96 місце з оцінкою 54,5 бали. Найкращу позицію Україна займає за субіндексом «освіта» – 37 місце, а найгірші за субіндексом «безпека і охорона» – 145 місце та «соціальний капітал» – 148 місце.

Окрім цього Україна займає низьке місце за субіндексом «здоров'я» - 114 місце. На наш погляд передусім необхідні урядові реформи в сфері охорони здоров'я. Аналіз видатків зведеного бюджету на охорону здоров'я показує що вони зросли 57 384 млн. грн. у 2019 році у порівнянні з 2014, з 71 001 млн. грн. до 128 384 млн. грн. Однак їх частка у загальній структурі витрат бюджету зменшилася на 1% [6]. Станом на 1 жовтня 2020 року видатки на охорону здоров'я становлять 97 803 млн. грн. (9,48% від зведеного бюджету), а це значить що на даний момент змін до фінансування не спостерігається.

На нашу думку слід очікувати погіршення оцінки субіндексу «якість економіки», так як реальний ВВП України за другий квартал 2020 року скоротився на 11,4%, а скорочення промислового виробництва становить - 7%. В переробній промисловості за 9 місяців найбільшого удару зазнали машинобудівна галузь, що скоротилася на 20,6%, та металургійна галузь - 12,6%. Аграрна промисловість за цей період знизилася на 13,1%. Рівень безробіття піднявся до 9,9%, таким він був у 2017 року [5]. Усі ці фактори негативно впливають на міжнародну конкурентоспроможність і несуть загрозу економічній безпеці держави.

Відбулося значне скорочення капітальних інвестицій, так за перше півріччя 2020 р. вони склали 163 781 млн. грн., що становить 65,1% минулорічних інвестицій за даний період [5]. Така зміна чинить негативний вплив на оцінку субіндексу та інвестиційну привабливість України

В умовах пандемії для підвищення конкурентоспроможності України можна виділити три пріоритетні 3 напрямки, для яких ми пропонуємо такі методи вдосконалення:

- Медицині. Провести реформування існуючої системи охорони здоров'я в країні, розвиток системи надання якісних та вчасних медичних послуг усім пацієнтам на усіх рівнях, розвинути систему фінансування охорони здоров'я, покращення матеріально-технічну базу в закладах охорони здоров'я шляхом використання інноваційних технологій.
- Інвестиції. Розробити нормативно-правову базу, яка стимулюватиме до інвестицій в економіку країни, надати інвестиційно привабливим галузям економіки податкові «канікули», забезпечити інституційну та фінансову підтримку розвитку інноваційних процесів та продуктів.
- Виробництво. Підтримувати виробничі процеси підприємствах першої необхідності, стимулювати процеси цифрової трансформації виробничих підприємств України, покращити фінансову стабільність та сприяти спрощенню умов доступу до внутрішніх та зовнішніх фінансових ресурсів для усіх суб'єктів ринку, зокрема малих та середніх підприємств.

Список літератури:

1. Антонюк Л.Л., Міжнародна конкурентоспроможність країн: регіональні аспекти / «Міжнародна економічна політика». – 2005. – 1. – 49-68 с.
2. The Legatum Prosperity Index. A tool for transformation Country Profiles 2019, 13 видання, листопад 2019, - 385 с.
3. Цілі сталого розвитку України. Добровільний національний огляд: звіт. – К.: Міністерство економіки, торгівлі та сільського господарства України, 2020 р. – 117 с. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=a0fc2a99-ada3-4a6d-b65b-cb542c3d5b77&title=DobrovilniiNatsionalniiOgliadSchodoTsileiStalogoRozvitkuVUkraini>
4. KPMG review magazine #8 «New Normal», November 2020 URL: <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2020/10/KPMG-Review-Magazine-8-ukr.pdf>
5. Соціально-економічний розвиток України за січень-вересень 2020: звіт. – К.: Державна служба статистики України, 2020. – 27с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2020/soc_ek_r_Ukr/soc_ek_r_Ukr_09_2020.pdf
6. Бюджет України 2019: статистичний збірник. – К. : Міністерство фінансів України, 2020 – 302с. URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/2_Budget_of_Ukraine_2019_\(for_website\)%20\(1\).pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/2_Budget_of_Ukraine_2019_(for_website)%20(1).pdf)

КИТАЙ У ФОКУС-ГРУПІ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА УКРАЇНИ

Особливістю сучасного світового порядку є істотне посилення позицій країн Північно-Східної Азії у сферах економіки, політики, фінансів та інвестицій, науки і технологій. Тому Китай, Південна Корея та Японія сьогодні є рушійною силою сучасної цивілізації, тому розвиток Україною зовнішньоекономічного партнерства потребує пошуку нею оптимальних моделей відносин із кожною з країн цієї фокус-групи.

Так, експортною стратегією в Україні з 2017 року визначено перспективні для збуту продукції місцевими підприємцями ринки окремих країн світу, в тому числі Китаю. Водночас, Україна, розвиваючи зовнішньоекономічне партнерство, здійснює експорт широкої номенклатури продукції у всіх напрямках. Свідченням значного потенціалу розширення економічних зв'язків є збільшення у 2019 році між Україною та Китаєм річного товарообігу на 30,4%, навіть незважаючи на дисбаланс торгівлі товарами та послугами на користь імпорту китайської продукції в Україну. Структурний дисбаланс демонструє те, що Китай імпортує продукцію машинобудування та електротехніки, тоді як українські підприємства постачають сільськогосподарську та харчову продукцію [2].

Китай в ролі зовнішньоекономічного партнера України важливий тим, що сьогодні від політики цієї країни залежить баланс сил в Азійсько-Тихоокеанському регіоні та формування світового порядку за участю країн Європи та США. Двосторонні відносини України та Китаю ґрунтуються на підтримці останнім суверенітету та територіальної цілісності України, яка підтримує зовнішню політику «одного Китаю». Окрім того, сьогодні Китай є одним з небагатьох зовнішньоекономічних партнерів України, розвиток відносин з яким не викликає заперечень у провідних країн світу [1, с. 54].

Китай характеризується величезним економічним потенціалом через активне державне втручання в економічні процеси, здійснюване шляхом

субсидування господарської діяльності окремих компаній, а також виробництва національного продукту цілими галузями китайської економіки. Через спотворені ціни та надлишкові потужності китайської економіки на міжнародному ринку (загальний обсяг торгівлі товарами та послугами Китаю у 2019 р. склав понад 5 трлн дол. США або 10,4% світового зовнішньоторговельного обороту [4, 5]) пов'язаний ризик дефіциту забезпечення місцевого населення продовольством, який може бути компенсований завдяки налагодженню імпорту з України продуктів харчування. Окрім того, структура експорту української продукції до Китаю досі висококонцентрована та недостатньо диверсифікована через неповне використання експортного потенціалу машинобудування, авіаційної та авіакосмічної промисловості, легкої та переробної промисловості, а також інформаційних технологій і туризму [3, с. 59].

Китай встановлює партнерські відносини з будь-якою країною світу на умовах їх послідовності та передбачуваності. Враховуючи підтримку Китаєм європейської й євроатлантичної інтеграції України, остання увійшла до офіційного переліку партнерів Китаю, через транспортні системи та інфраструктуру яких проходить частина Нового Шовкового шляху, призначеного для розвитку транспортних маршрутів, зокрема із контейнерними перевезеннями, а також усунення різних торговельних та інвестиційних перешкод.

Окрім того, аналіз сучасного стану зовнішньоекономічного партнерства свідчить про низький рівень співпраці України з Китаєм, що обумовлений наявністю та мінливістю переліку нетарифних бар'єрів торгівлі, які обмежують експорт української продукції. Нажаль Україна, маючи відповідну договірно-правову базу з 1992 року, на сьогодні не використовувала можливості співпраці з потужною соціалістичною ринковою економікою, яка виробляє 15,1% світового ВВП [6], країною, яка володіє 5,6% усіх запасів світових золотовалютних резервів [7] й практично необмеженими інвестиційними можливостями [3, с. 28].

Таким чином, українсько-китайські відносини мають великий потенціал для наповнення практичним змістом зовнішньоекономічного партнерства, в тому числі у рамках китайської ініціативи Нового Шовкового шляху. Ключовими шляхами його реалізації є покращення інвестиційного клімату, залучення інвестицій в інфраструктуру, розвиток транспортного коридору між країнами Заходу та Сходу.

Список літератури:

1. Гончарук А. З. Аудит зовнішньої політики: Україна-Китай: монографія / А. З. Гончарук, Є. В. Гобова, В. О. Кіктенко, О. А. Коваль, С. А. Кошовий. – К.: Інститут світової політики, 2016. – 62 с.
2. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Китаєм. URL: <https://china.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/186-torgovelyno-jekonomichne-spivrobotnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-kitajem>
3. Яворський П. Як збільшити та диверсифікувати український експорт до Китаю? Аналіз та рекомендації / П. Яворський, О. Ніколаєва, О. Шепотило, М. Хорунжа, С. Таран. – К.: Центр аналітики зовнішньої торгівлі Trade+ Київської школи економіки, 2020. – 94 с.
4. Exports of goods and services (current US\$). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.CD>
5. Imports of goods and services (current US\$). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.IMP.GNFS.CD>
6. Top 15 Countries By GDP In 2020. URL: <https://globalpeoservices.com/top-15-countries-by-gdp-in-2020/>
7. Trusewicz I. (2020). Ile jest złota w skarbcach świata i Polski? URL: <https://www.rp.pl/Metale-szlachetne/200519798-Ile-jest-zlota-w-skarbcach-swiata-i-Polski.html>

Захарченко О.А. (магістрант)

ФОРСАЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВИХ РИНКІВ

Сучасний світовий ринок – це складна сукупність різних товарів і послуг; він чутливий до змін, що відбуваються в світі, в сфері науково-технічного прогресу, в формах і методах міжнародної торгівлі, питаннях світового ціноутворення і участі держав в управлінні міжнародними економічними відносинами на тлі процесів інтернаціоналізації і глобалізації

всього господарського життя світової спільноти, що швидко розвиваються і все більш поглиблюються. Світовому ринку притаманна невизначеність, яка потребує використання нових способів, технологій і методів прогнозування на довгострокову перспективу для досягнення позитивних результатів в різних галузях національної економіки. Такою технологією виступає форсайт.

Форсайт – це один з інструментів, за допомогою якого можна визначити картину майбутнього [1, с. 10]. Він передбачає масштабну роботу з так званими експертними панелями, де різні аналітики, фахівці спільними зусиллями, використовуючи передові знання і розробки, висувають свої припущення, на основі яких створюються ефективні методики, розробляються форсайт-прогнози.

Існує декілька принципів, на яких будуються форсайт-проекти:

1) зосереджуються на довгостроковому періоді: «погляд у майбутнє» до 30 і 50 років, можливі і більш короткі періоди;

2) прогнозується динаміка процесу з його біфуркації. Облік здійснюється за допомогою виділення реперних точок, виключення малоефективних і впровадження актуалізованих технологій, їх взаємодії і взаємозамінності;

3) враховується структурність процесу, заснована на системних прогнозах експертів, які спираються на достовірну базу даних, що мають доступ до повного пакету інформації;

4) формується образ бажаного майбутнього, конструюються відповідні технології, спрямовані на задоволення потреб суспільства і держави;

5) об'єднуються для злагодженої роботи різні громадські структури: органи державної влади, громадянське суспільство, бізнес-співтовариство. Дані структури і організації приходять до консенсусу з проблем на основі експертних оцінок, прогнозів фахівців і складання майбутніх сценаріїв розвитку суспільства [2, с. 27];

б) опрацьовується система заходів по реалізації образу майбутнього за допомогою розробки програм розвитку і конкретних бізнес-планів, визнаних найбільш привабливими для громадянського суспільства [3, с. 124];

7) форсайт-проекти дозволяють скласти довгострокові програми як на рівні держави, так і на регіональному та місцевому рівнях, конкретних компаніях, некомерційного сектору і ін. [4, с. 16].

Протягом останніх 25 років великими корпораціями було організовано приблизно 800 досліджень по форсайту [5]. Примітно, що серед них виявилися не тільки виробничі, торговельні холдинги, підприємства малого і середнього бізнесу, але також і організації благодійної спрямованості. Це зайвий раз говорить про те, що форсайт використовують не тільки для отримання прибутку в довгостроковій перспективі, а й з метою налагодити більш ефективну систему управління.

Комунікативна складова форсайту є найефективнішим інструментом для зміцнення позицій спільнот. Завдяки їй можна не тільки направляти в потрібне русло діяльність організацій, а й акцентувати увагу їх персоналу на необхідних моментах. Тобто, комунікація дозволяє організовувати персонал і ставити йому певні цілі з завданнями. При цьому основний акцент робиться не на всьому відразу, а лише на перспективних напрямках, які з певною часткою ймовірності отримають розвиток в майбутньому.

Втім, основна мета форсайту - це не складання чергового прогнозу щодо проблемного напрямку або розробка детального сценарію. Він покликаний виконувати іншу функцію. З його допомогою вдається зібрати найбільш передові і перспективні методики, які приведуть в майбутньому до успіху і консолідують людей. Це повинен розуміти будь-який керівник, який вирішив використовувати форсайт в системі управління виробничо-господарською діяльністю підприємства.

Таким чином, форсайт – методологія проектування майбутнього, відносно нове явище у світі економіко-управлінських наук, що дозволяє враховувати довгострокові (культурні, політичні, економічні та соціальні)

наслідки впровадження нових технологій як для країн, так і для регіонів та окремих галузей економіки.

Список літератури:

1. Тотмянина Т. С. Форсайт научно-технологического развития региона (на примере Владимирской области) : автореф. дис. канд. экон. наук. М.: РАНХиГС, 2012. 21 с.
2. Крымов В. Б. Стратегическое планирование в системе управления социально-экономическим развитием субъекта Российской Федерации: монография. М. : ИЭ РАН, 2006. 407 с.
3. Filatov V.V. Theoretical questions of formation and development of the market economic system industry innovation // II Science, Technology and Higher Education: materials of the II international research and practice conference. Canada, 2014. P. 124–128.
4. Шушунова Т. Н. Технологический форсайт как инструмент прогнозирования и реализации инновационного развития химической промышленности России // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2011. Июнь. С. 16–17.
5. Тихонов А.И., Сазонов А.А., Новиков С.В. Импортзамещение в России, как системообразующий фактор развития авиационной промышленности. Двигатель. 2018. № 3 (117). С. 6-8.

Зембицький О.Є. (магістрант)

ІНСТИТУЦІЙНИЙ КОМПОНЕНТ ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЄС

В останні десятиліття співвідношення інтеграційно-дезінтеграційних процесів стало головним драйвером світогосподарського розвитку, що визначає масштаби і структурну динаміку практично усіх форм міжнародних економічних відносин. Є всі підстави стверджувати, що нарощування дезінтеграційних процесів, яке переживає світ у першій чверті ХХІ ст., детермінує різнохарактерний вплив (як деструктивний, так і в окремих випадках, і для окремих факторів економічних систем – конструктивний) на світову політичну систему та економіку [3, с. 4].

Що стосується Європейського союзу (ЄС), то нині він перебуває в стані системної кризи, спровокованої зовнішніми турбулентними впливами, а почасти й шоками, що спричиняють в останнє десятиліття помітну деградацію інституційної системи ЄС [1, с. 14]. Так, з розвитком ЄС внутрішні розбіжності й розбіжності між країнами-учасницями неминуче

наростали, що проявилось у вигляді двох масштабних криз у першому десятилітті ХХІ ст., які поставили існування Євросоюзу в існуючій інституційній архітектурі під загрозу. Цими викликами стали інституційна й імміграційна кризи, пов'язані в тому числі з провалом політики мультикультуралізму, яка була обрана європейськими країнами як загальна норма ставлення до національних і релігійних меншин з неєвропейських країн.

Одним з найсерйозніших випробувань для самої конфігурації ЄС стала інституційна криза, яка більшою чи меншою мірою проявляється і досі. Суть проблеми полягає в тому, що Євросоюз спочатку був задуманий і сформований як об'єднання країн на основі не тільки високого рівня економічного розвитку, а й систем соціокультурних і політичних цінностей. Цей фактор обумовлював те, що протягом довгого часу консенсусний шлях прийняття політичних рішень всередині союзних структур був досить ефективний. У той же період, коли відбулося розширення союзу на південь і схід, учасницями ЄС стали країни, ціннісна та історико-культурна спадщина яких не збігалася з західноєвропейськими. Дана диференціація і призвела власне до того, що процес прийняття політичних рішень Євросоюзом став занадто довгим і надмірно складним. Ситуація погіршувалася ще й тим фактом, що часто в силу власних геополітичних чи інших інтересів країни « нової Європи » принципово блокували або саботували прийняття важливих для всього Європейського союзу рішень [2, с. 5].

При цьому окрім політичних, окреслилися й інші суттєві проблеми інституційної системи Європейського союзу. Виявилось, що в рамках встановленої системи його функціонування не виходить ефективно вирішувати проблеми, приймати ефективні антикризові заходи. По-перше, загострилася проблема співіснування інституційної системи ЄС і спеціалізованих інститутів європейської валютної системи (ЄВС). Складність поєднання цих двох інституційних систем полягає в тому, що не всі країни ЄС беруть участь в єврозоні.

По-друге, важливою проблемою Євросоюзу є те, що політична мотивація домінує над економічною, коли ухвалені політичні рішення можуть мати серйозні економічні наслідки. Як приклади таких політично мотивованих дій можна згадати, зокрема, рішення про вступ Греції в зону євро і недостатній контроль за виконанням Лісабонської стратегії (2000) і Пакту стабільності і зростання.

По-третє, актуальним на сьогодні є й питання щодо компетенцій інститутів ЄС та ЄВСТА характеру розподілу повноважень між загальноєвропейськими інституціями та країнами-членами. Сама по собі ця проблема не є результатом світової економічної кризи та послідує за нею кризи єврозони, оскільки з початку формування інституційної системи Європейських співтовариств / Європейського союзу йшли суперечки про компетенції наднаціональних і національних органів влади, а також про інституціональний баланс на загальноєвропейському рівні. Сьогоднішній розподіл повноважень став результатом тривалого розвитку процесу європейської інтеграції з поступовим зміцненням позицій наднаціональних інститутів.

Нарешті, ще однією складністю, яка проявилася під час кризи, стала необхідність вирішення багатьох питань на вищому рівні, коли тільки лідери держав і урядів можуть домовитися про консолідовані заходи щодо протидії тим чи іншим проблемам. Виявилось, що кризова ситуація призводить до необхідності врегулювання питань, які не враховувалися раніше.

Підбиваючи підсумок, наголосимо, що Євросоюз є ефективним прикладом організації регіональної підсистеми міжнародних відносин. Наразі він зіткнувся з цілою серією криз, зокрема, з інституційною. Однак, сьогодні ціна розпаду ЄС або його деградації настільки висока, що є ефективним стимулом для політичних еліт держав-членів союзу шукати спільні відповіді на спільні виклики. Найімовірніше, з сучасної інституційної кризи Євросоюз буде виходити на основі стратегії гнучкої інтеграції, яка у середньостроковій перспективі призведе до трансформації ЄС в систему «ядра і периферії». У

цій ситуації Німеччина в співробітництві з країнами-засновниками зможе отримати лідерство в зоні євро, а євროзона буде визначати стратегію розвитку «великого ЄС» [1, с. 22].

Список літератури

1. Кавешников Н. Институционально-политическое развитие ЕС: кризис и варианты трансформации. *Мировая экономика и международные отношения*. 2017. Т. 61. № 5. С 14–24.
2. Конеев Ф.В. Дезинтеграционные тенденции в политике современного Европейского союза. *Вестник Московского государственного областного университета*. 2017. № 4. С. 1-9.
3. Якубовський С.О. Процеси економічної дезінтеграції та їхнє моделювання. *Вісник Міжнародного слов'янського університету. Сер.: Економічні науки*. 2012. Т. 15, № 2. С. 3-8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VMSU_econ_2012_15_2_3(дата звернення: 05.10.2020).

Корольчук Т.-А.І. (магістрант)

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЯК УМОВА ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ

Глобалізація початку нового тисячоліття є основною рушійною силою бурхливого розвитку, політичного, економічного, соціального. У цьому аспекті глобалізація - це потужна сила змін, відповідальна за загальнонаціональні трансформації суспільств, економік, інститутів, світового порядку. Як відмічають М.В.Жук і Т.В.Бауліна в доробку «Міжнародні стратегії економічного розвитку», «для прихильників трансформаційних процесів залишаються невизначеними напрями таких перетворень, оскільки глобалізація за своїм змістом поки що сприймається як випадковий історичний процес із власними недоліками та суперечностями» [1, с. 123].

Глобальна трансформація економічних процесів - є постійно діючим фактором внутрішнього і зовнішнього економічного життя у ХХІ ст., розвиток якої характеризується трьома основними етапами: 1 - від часів, коли економічні зв'язки між державами мали ще спорадичний, дискретний характер, залишаючись в рамках окремих локальних ареалів і територій до

середини ХІХст., як повільно прогресуюча глобалізація, під час якої формується світовий ринок, розвивається міжнародний поділ праці, розвивається профіль спеціалізації окремих країн і регіонів; 2 - від середини ХІХ до 90-тих р.р. ХХст., як структурна глобалізація, яку пов'язують із економічним переділом світу, розпадом світового господарства, їх єдиноборством та послідовна форма глобалізації - в умовах єдиного ринкового світового господарства, як об'єктивний процес і важлива ознака постіндустріальної цивілізації; 3 - на прикінці ХХ - початку ХХІст. глобалізація стає визначним фактором як національного, так і міжнародного розвитку, перетворюється в домінуючу тенденцію світогосподарських процесів третього тисячоліття [2].

Інтенсифікація міжнародних економічних відносин ґрунтується на об'єктивній еволюції міжнародного поділу праці, їх подальшій лібералізації, розвитку багатосторонньої системи регулювання та призвела до посилення інтеграційної взаємодії країн, розширення міжнародного товарообміну, збільшення міграції факторів виробництва, більша частина яких припадає на головних суб'єктів світового господарства – транснаціональні (мультинаціональні) корпоративні структури, активний розвиток діяльності яких є доказом посилення процесів транснаціоналізації у світі [3].

Глобалізація, як процес, сьогодні вже є невід'ємною частиною розвитку сучасного бізнес-середовища, відбиваючи свої кольори на кожному його елементі. Важливим вважаємо суттєвість сучасних трансформацій саме щодо розвитку конкуренції та конкурентних відносин, що постійно знаходяться під впливом мінливих чинників - економічних, політичних, екологічних, соціальних тощо, які впливають на формування нових ринкових правил взаємодії різних суб'єктів господарювання. Глобалізаційні процеси в економіці суперечливо впливають на процеси конкуренції: з одного боку, транснаціональні компанії і монополізація світового виробництва, з другого - активізація конкурентних сил, коли конкурентна боротьба все більше стає витонченою, різноманітною тощо. Ефективний моніторинг умов

трансформацій конкурентних відносин, специфіку їх проявів є необхідною умовою сьогодні для забезпечення розробки результативних конкурентних стратегій бізнес-структур та ефективності їх діяльності. Загальноприйнято, що конкуренція – це динамічне явище, яке постійно перебуває від впливом багатьох чинників, які змінюють конкурентний механізм, а тому потребує уточнення та конкретизації до певних умов розвитку.

Водночас, інтеграційні процеси світового господарства на глобальному та регіональному рівнях, призвели до економічного зближення держав в територіально-просторовому аспекті, активізації діяльності ТНК та до появи нових форм організації діяльності різних економічних агентів, до яких залучено капітал, працю, сировину, управління, інформацію, технології та ін. [4, с. 81]. Просторову конфігурацію цих складових змінює регіоналізація, унаслідок чого світове господарство визначається як єдина система, де взаємодіють національні і регіональні сектори. Відповідно, трансформаційні зміни світового ринку, впливають на діяльність економічних агентів як на національному, так і на регіональному рівнях, а процеси транснаціоналізації та регіоналізації трансформовано в основні структуроформуючі фактори розвитку світового господарства. Під впливом цих факторів виникає нова якість системи господарювання, що має суттєвий демонстраційний ефект на різні сфери розвитку (економічну, політичну, соціальну, культурну тощо), викликаючи відповідні трансформації на національному, регіональному та світовому рівнях [3].

Треба зауважити, що процеси трансформаційні світового ринку, можуть мати довгостроковий (оскільки пов'язані із тим, що у ринковій економіці економічне зростання у довгостроковому періоді не буває безперервним та рівномірним, тобто відбуваються певні коливання циклічного характеру) або короткостроковий характер (оскільки пов'язані зі структурними змінами, що виникають унаслідок поточних коливань кон'юнктури ринку). Взаємодія і взаємовплив криз і циклів різної тривалості і природи походження здійснюються все більш синхронізовано, що характеризує глобальний

характер кризових процесів та циклічності соціально-економічного розвитку [5, с. 242].

Характерною рисою є й те, що за умов стрімкого розвитку та вагомих, часто кардинальних, змін щодо появи новітніх технологій, нових запитів споживачів, нових продуктів, найрізноманітнішим виробникам життєвонеобхідно вміти вчасно та ефективно адаптуватися до мінливих умов ринку, що активізує появу ризиків, як-то не повна реалізація власного продукту або реалізація за не вигідними цінами тощо, це, у свою чергу, знижуючи прибутковість товаровиробника, негативно відображається на його конкурентоспроможності. Це вкрай вагомий фактор успішності та життєздатності виробника сьогодні, у часи розвиненої ринкової економіки, відтак надзвичайно важливу роль відіграє системність управління конкурентоспроможністю підприємства.

Список літератури:

1. Міжнародні стратегії економічного розвитку: Навч. Посіб./ М.В.Жук, Т.В.Бауліна. - К.: Вид ПАЛИВОДА А.В., 2006. - 348 с.
2. Сапа Н.В. Глобальна трансформація сучасних економічних процесів: теоретико-методологічні засади / Н. В. Сапа // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2008. - Вип. 32. - С. 190-195.
3. Булатова О.В. Трансформація світового ринку в умовах глобальних зрушень: базові передумови для розвитку хімічної промисловості / О. В. Булатова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2015. - Вип. 3. - С. 46-50.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура : [монография] / М. Кастельс ; пер. с англ. поднауч.ред. О.И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
5. Олешко А.А. Взаємозв'язок циклів і криз різної етимології у динаміці розвитку соціально-економічних систем / А.А. Олешко // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – No 1(3). – Т. 1.

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ БОРГОМ УКРАЇНИ: СТРАТЕГІЇ І РЕГУЛЯТОРНІ МЕХАНІЗМИ

Борг держави є важливою складовою фінансової системи багатьох країн світу. В усіх країнах державний борг вважається основним джерелом покриття дефіциту бюджету. Окрім того, держава може розміщувати свої запозичення також для фінансування цільових проектів. Особливо це стосується тих країн, котрі гостро відчують дефіцит фінансових ресурсів, до яких входить наша держава. В останні роки економіка України характеризується кумулятивним зростанням державного боргу, що є одним зі значних дестабілізуючих факторів у країні та ставить під загрозу суверенітет держави.

Метою дослідження є оцінка стану управління міжнародним державним боргом, виявлення ключових проблем та формування рекомендацій щодо оптимізації основних аспектів боргової політики України.

Формування міжнародного державного боргу в країні відбувається як за об'єктивними, так і суб'єктивними причинами. Основними об'єктивними причинами виникнення міжнародного боргу є:

- різке погіршення світової економічної кон'юнктури, що призводить до зниження обсягів вітчизняного виробництва;
- наявність від'ємного сальдо торговельного балансу;
- переваження застарілої технологічної бази зі значним ступенем морального і фізичного зносу основного капіталу.

Суб'єктивні причини переважно виникають у зв'язку з прорахунками стосовно запровадження різного роду реформ, фактичної відсутності стратегії розвитку фінансового ринку та спробами точкового вирішення поточних проблем [1].

Проблема зовнішнього боргу є актуальною для всіх країн світу і не обмежується Україною чи Америкою. Станом на кінець 2018 року обсяг

державного боргу у світі досяг 66 трлн доларів, що майже вдвічі перевищує показник 2007 року і еквівалентно 80% світового ВВП.

Аналіз показників Світового банку в абсолютних вимірах демонструє, що високорозвинені країни мають значно більші обсяги зовнішніх боргів в абсолютному вимірі. Окрім того, всі країни “великої сімки” перетнули 60-відсоткову межу співвідношення боргу до ВВП. Державний борг США становить 110% ВВП, а Японії – 250%. Однак, ці країни можуть не відчувати істотних проблем щодо його обслуговування, в той час як в інших країнах навіть існування незначного зовнішнього боргу може спричинити суттєві проблеми, чи навіть призвести до банкрутства [2].

У країнах, що розвиваються, державний борг вимагає особливої уваги. По-перше, це означає, що борг переважно деномінований в іноземній валюті, а тому становить додатковий ризик для країни-реципієнта у випадку девальвації національної валюти. По-друге, такі країни зазвичай характеризуються менш стабільним політичним та економічним середовищем. У якості плати за ризик для кредитора, вони вимушені брати борг під вищий відсоток. Єдиним виходом з ситуації є співпраця з міжнародними фінансовими інституціями. Відсоткова ставка кредитів МВФ для України не піднімається вище 3%, в той час як найдешевші кредити з інших джерел обходяться країні щонайменше у 7,5% річних [3]. По-третє, відсутність економічної стабільності та важкість прогнозування кризових періодів призводять до кумулятивного накопичення боргу. Історія співпраці України з МВФ налічує ряд подій, коли наша держава була вимушена звертатися до західного партнера:

- системна трансформації економіки країни після розпаду СРСР в 1994-1995 рр.;
- фінансова криза 1998 р.;
- фінансова криза 2008-2009 рр.;
- анексія Криму, військова агресія на сході України в 2014 р.

Останній період був особливо тяжким для нашої держави і передбачав дві програми кредитування загальним обсягом 25 млрд SDR (біля 30 млрд. дол). В подальші роки становище дещо стабілізувалося, і 2019-2020 рр. мали стати піком виплати попередніх боргів. І саме в цей момент світ вражає нова криза, пов'язана з епідемією COVID-19. За оцінками Світового банку, ВВП України скоротиться на 5,5% у 2020 році, а зростання в 20201 році становитиме лише 1,5% [4]. Ймовірно, що нам знову доведеться звертатися до МВФ по допомогу.

Отже, задля досягнення оптимального рівня зовнішнього боргового навантаження пріоритетом має стати стабілізація політичного та економічного середовищ функціонування держави. Акцент повинен бути зроблений на забезпечення конкурентних переваг національної економіки на глобальних ринках. Оновлення виробничої бази та інвестиції в новітні технології сприятимуть зростанню експорту українських товарів та послуг за кордон, що позитивно вплине на торговельний баланс та дозволить спрямовувати кошти на погашення боргу.

Список літератури:

1. Черничко Т. В. Структура державного боргу України [Електронний ресурс] / Т. В. Черничко, С. Ф. Черничко // випуск 24.2. – 2014. – Режим доступу до ресурсу:
http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2014/24_2/310_Czer.pdf
2. Софієнко А. Міжнародний досвід управління зовнішнім державним боргом: уроки для України / А. Софієнко. // Вісник АПСВТ. – 2017. – №4. – С. 36–46.
3. Бурлаченко Ю. І. Проблеми управління зовнішнім державним боргом в Україні / Ю. І. Бурлаченко. // THEU. – 2017. – С. 11–115.
4. WORLD BANK ECA ECONOMIC UPDATE FALL 2020. COVID-19 AND HUMAN CAPITAL, Retrieved from:
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34518/9781464816437.pdf>

ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ

Переживаючи значні негативні зміни в економіці, сучасна Україна потребує залучення додаткових коштів, яке б стимулювало розвиток економіки та поліпшення умов життя населення. В умовах глобалізації таким стимулом виступають іноземні інвестиції, які забезпечать її конкурентоспроможність, ефективність та перспективи розвитку.

Інвестиції, в економічному розумінні цього терміну означають вкладення капіталу з метою збільшення його у майбутньому. В українському законодавстві – інвестиції трактуються наступним чином: «інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті яких створюється прибуток (доход) та/або досягається соціальний та екологічний ефект» [1].

Іноземні інвестиції, на думку А.Ю. Єгорова [2] характеризуються як специфічний інститут економічної взаємодії між фірмою-виробником товарів (послуг) з однієї країни та їх споживачами (фірмами, домогосподарствами) з іншої. О.В. Гаврилук [3] дотримується думки, що іноземні інвестиції належать до об'єктивних економічних категорій, що відображають поглиблення інтернаціоналізації господарського життя.

Таким чином, в основі іноземного інвестування лежить сукупність відносин між економічними суб'єктами, розташованих по обидва боки кордону, з приводу реалізації економічних інтересів, які пов'язують їх та окремі національні господарства.

Найчастіше іноземні інвестиції поділяють на прямі та непрямі (портфельні). Прямі іноземні інвестиції включають довгострокові фізичні інвестиції, зроблені компанією в іноземній країні, наприклад, відкриття заводів або придбання будівель. До непрямих іноземних інвестицій залучені корпорації, фінансові установи та приватні інвестори, які купують акції та інші цінні папери в іноземних компаній, що торгують на іноземній біржі [4].

Для України важливим є залучення прямих іноземних інвестицій, які здійснюють вагомий вплив на приймаючу країну, змінюючи її внутрішні ринки, систему господарювання, середовище підприємницької діяльності, інфраструктуру [5]. Однак, наслідки впливу іноземного інвестування можуть бути не лише позитивними, а й загрозливими: забруднення навколишнього середовища, підвищення рівня залежності країни від іноземного капіталу, зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, трансфер капіталу за кордон, експлуатація сировинних ресурсів тощо [6]. Іноземне інвестування з точки зору економічної безпеки, може надати контроль іноземним інвесторам над певними галузями, тому країни намагаються обмежити доступ іноземних інвестицій до стратегічно важливих секторів.

Наразі Україна має іноземні інвестиції у всіх галузях економіки. Однак, найбільш привабливими для іноземних інвесторів є уже розвинені сфери: переробна промисловість, сфера оптової та роздрібної торгівлі, а також фінансовий сектор та сектор нерухомості. За даними Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства, обсяг залучених іноземних інвестицій в економіку України за 2019 рік склав 3070 млн. дол. США, що на 715 млн. дол. США більше за попередній рік (на 30,4%), із яких основну частку вкладено у виробничі підприємства, решту – у оптову і роздрібну торгівлю та операції з нерухомим майном.

В перспективі найбільшу зацікавленість іноземних інвесторів викликатимуть промисловість, агросектор та ІТ. Аграрний сектор займає провідні позиції, що пояснюється швидкістю окупності інвестицій, однак земельна реформа підвищує ризики інвесторів, що негативно впливає на процес іноземного інвестування. Наступною привабливою сферою є промисловість, особливо переробна, яка дає можливість використовувати дешеву та якісну сировину, дешеву робочу силу та географічну близькість до Європейського ринку. Цікавою для іноземного інвестора стає сфера ІТ-технологій, яка підняла українські позиції за останні роки на 29 позицій, демонструючи високий інтелектуальний потенціал країни та можливості

гнучкого ведення бізнесу. Цікавлять інвесторів також венчурні інвестиції, які з кожним роком зростають.

Зацікавленість іноземних інвесторів у цих секторах української економіки дасть можливість реалізувати нові великі проєкти, отримати нові технології та практики корпоративного управління, а також забезпечити економічне зростання країни. При належному інвестуванні цих напрямків, від них можна буде очікувати швидкої віддачі, при відносно невеликих обсягах інвестування, що робить ці напрямки найбільш потенційними та ефективними з точки зору як іноземного інвестора так і економічного стану України.

Список літератури:

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність». // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, № 47, с.646.
2. Egorov A.Iu. Institutcionalizm. Investitcionnyipotencial: formirovanieirealizatciia. – Kharkov, 2007. – 188 s.
3. Гаврилюк О.В. Прямейноземнеінвестування у світогосподарських процесах: Автореф. дис... докт. екон. наук: 08.01.01 / Київськийуніверситетімені Тараса Шевченка. – К., 1999. – 31 с.
4. Джеймс Чен Іноземні інвестиції.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.investopedia.com/terms/f/foreign-investment.asp>
5. Татарульєва А.О. Вплив іноземного інвестування на економічний розвиток країни. // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 4. – С. 29-34.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016
6. Беззуб І.Іноземні інвестиції в українській економіці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2240:%20inozemni-investitsiji-v-ukrajinskij-ekonomitsi&%20catid=%208&Itemid=350.

Муравйова В.В. (магістрант)

ЧИННИКИ ВПЛИВУ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН

Глобальна соціально-економічна диференціація країн стала основою для формування гігантських міграційних потоків, в які сьогодні залучені сотні мільйонів людей. Іноземні трудові ресурси стали об'єктивним, повсякденним явищем на ринку праці розвинених країн, а еміграція за кордон перетворилася в один з основних засобів підвищення рівня добробуту в

країнах, що розвиваються. Сьогодні соціальну реальність неможливо уявити без міграції населення, незалежно від виду, вносить суттєві зміни в життя як країн, що приймають, так і країн-донорів мігрантів. Держави-лідери світового розвитку, використовуючи селективний підхід і чітко визначаючи пріоритети, прагнуть використовувати міграцію як вагомий чинник розвитку національного людського капіталу, економіки і всієї соціальної сфери.

Міграція є необхідним елементом, що забезпечує збалансоване економічне зростання і розвиток шляхом перерозподілу робочої сили всередині країни (наприклад, між міською і сільською місцевістю) [5 с. 22]. Скорочення чисельності робочої сили всередині країн-донорів мігрантів, які часто відчують високий рівень безробіття. Матеріальний добробут домогосподарства, зниження рівня безробіття та неповної зайнятості; створення робочих місць, підвищення рівня життя населення завдяки інвестуванню мігрантами і фірмами-посередниками забезпечується грошовими переказами в економіку країни походження. Також, грошові перекази підсилюють позиції національної валюти, прискорюють темпи зростання ВВП і ВНП, збільшують золотовалютні ресурси; накопичується стартовий капітал для створення малих і середніх підприємств після повернення мігранта додому, що сприяє формуванню в країні-донорі середнього класу.

До негативних чинників можна віднести: зниження виробничого потенціалу країн і погіршення якості кадрового забезпечення промисловості, будівництва, транспорту та інших галузей економіки внаслідок відтоку висококваліфікованих фахівців; погіршення демографічної ситуації. Можливе зростання міжетнічної напруженості, злочинність, тіньова економіка, нелегальна зайнятість, проблеми наркотрафіку - все це наслідки недосконалості державного управління в цій сфері. По суті, міграція є своєрідним соціальним «каталізатором», який у країнах з налагодженим механізмом управління, низьким рівнем корупції, визначеними на державному рівні пріоритетами стає чинником додаткового розвитку,

насичуючи точки зростання людським капіталом і інвестиціями. Інша ситуація спостерігається при наявності у держави системних проблем в управлінні, корупційній діяльності, вбудовуючись у систему, сприяють розвитку нелегального ринку праці, тіньової економіки, поширення корупційних відносин і нелегальних схем, та більш масштабні деструктивні процеси: міжетнічні конфлікти, зростання внутрішньополітичної напруженості. У разі еміграції кваліфікованих кадрів економічне зростання забезпечується також за рахунок імпорту зарубіжних передових технологій, що стимулюють технічний прогрес всередині країни. Такого роду імпорт відбувається завдяки наявності соціальних зв'язків між емігрантами і місцевими фахівцями, обміну отриманими знаннями і досвідом, які з плином часу не тільки не втрачаються, а й розширюються, приймаючи довгостроковий характер [2, с. 571].

Позитивним наслідком трудової міграції для країни-імпортера трудових ресурсів є підсилення розвитку науки, сфери високих технологій, медицини, за рахунок працівників-мігрантів. Навчальна міграція дозволяє вузам отримувати додаткові фінансові ресурси, низькокваліфікована робоча сила з-за кордону забезпечує дешевими робочими руками малий і середній бізнес. Макроекономічним чинником міграції, на який звертають увагу дослідники, є дорога національна валюта в результаті великого притоку іноземної валюти – зворотних потоків капіталу у вигляді грошових переказів емігрантів в країну еміграції.

Відправлення грошових переказів на батьківщину є важливою допомогою своїм сім'ям та, зростання внутрішнього попиту, сприяє розвитку малого і середнього бізнесу, окремих галузей економіки. У короткостроковій перспективі така ситуація є досить сприятливою на мікро- і макрорівні, приносить значні соціально-економічні та політичні дивіденди.

Пандемія COVID-19 внесла свої корективи не тільки в життєві плани мільйонів людей, на економіку країни і світу. Безробітними стали сотні тисяч громадян: як представників інтелектуальної праці, так і найпростіших

професій. З початку дії карантину в Україні (з 12 березня по 20 серпня) статус безробітного отримали 431,8 тис. осіб, що на 67% більше, ніж за аналогічний період минулого року.

Таким чином, сучасні міграційні процеси володіють сильним результуючим характером, здійснюють вплив практично на всі сфери життя сучасного суспільства, вносять зміни в існуючу соціальну реальність.

Отже, трудова міграція має різні аспекти впливу на соціально-економічну ситуацію країн. Для пом'якшення негативних чинників і загроз, необхідна дієва та ефективна міграційна політика держави, що дозволяє використовувати можливості трудової міграції для соціально-економічного розвитку країни та підвищення рівня життя громадян.

Список літератури:

1. Agrawal A., Kapur D., McHale J., Oettl A. Braindrainorbrainbank? Theimpactofskilledemigrationonpoorcountrypinnovation. *JournalofUrbanEconomics* 69 (2011) 2010 – pp. 43-55
2. Agrawal A., Cockburn I., McHale J. *Gonebutnotforgotten: knowledgeflows, labormobility, andenduringsocialrelationships*. Oxford University Press, V.6/5, 2016 pp. 571-591
3. Dumont J., Lemaitre G. «CountingImmigrantsandExpatriates: A NewPerspective». OECD, Social, EmploymentandMigrationWorkingpapersNo. 25, 2015 44 p.
4. Docquier F. *BrainDrainandInequalityAcrossNations*. IZA DiscussionPaperNo. 2440, Germany, November 2016 – 40 p.
5. Lowell L., Findlay A. Migration of highly skilled persons from developing countries: impact and policy response // *International Migration Papers* 44, Geneva 2001 – 46 p

Пишна А.О. (магістрант)

КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Умови сьогодення та сучасні правила ведення господарської діяльності у будь-якій сфері висувають нові вимоги до функціонування та розвитку суспільства загалом та економіки зокрема. Сучасне покоління у процесі задоволення власних потреб має піклуватися про спадщину, яка залишиться

їхнім нащадкам, забезпечувати збалансованість між процесом задоволення сучасних потреб людини та захистом інтересів наступних поколінь, зокрема задовольнити потребу здорового та безпечного довкілля. Такі постулати є частиною концепції сталого розвитку та сталої економіки.

Сталий розвиток (офіційний український переклад терміну «sustainable development») часто сприймається як найперспективніша ідеологія не лише 21 століття, а навіть усього третього тисячоліття, як на національному рівні, так і на міжнародному. Також цей термін має такі синонімічні поняття як стійкий, збалансований, життєздатний чи сестейновий розвиток.

Потрібно зазначити, що теорія сталого розвитку є альтернативною до парадигми економічного зростання, яка нехтує екологічною небезпекою від екстенсивної моделі розвитку, посилює нерівність, сприяє марнотратству, викликає дефіцит ресурсів та створює широко розповсюджені загрози для навколишнього середовища та здоров'я людини [1].

За визначенням комісії ООН сталий (екологічно безпечний) розвиток задовольняє сьгоднішні потреби суспільства, не ставлячи під загрозу можливість майбутніх поколінь задовольняти свої потреби [2, с. 19].

Генеральна Асамблея ООН визначила сімнадцять цілей та 169 задач у резолюції, якою затверджено новий план дій «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» [3]. Глобальні цілі сталого розвитку включають наступні: подолання бідності та голоду; міцне здоров'я і благополуччя; якісна освіта; гендерна рівність; чиста вода та належні санітарні умови; доступна та чиста енергія; гідна праця та економічне зростання; промисловість, інновації та інфраструктура; скорочення нерівності; сталий розвиток міст та спільнот; відповідальне споживання та виробництво; пом'якшення наслідків зміни клімату; збереження морських ресурсів; захист екосистем суші; мир, справедливість та сильні інститути; партнерство заради стійкого розвитку [4].

Сталий розвиток поєднує у собі три основні складові: економічну, екологічну та соціальну. Забезпечення рівноваги між ними безпосередньо

впливає на поліпшення якості життя в соціумі, збереження природних ресурсів та забезпечення економічного зростання.

Економічна складова сталого розвитку передбачає оптимальне використання обмежених ресурсів і використання екологічних – природо-, енерго- і матеріало-зберігаючих технологій, включаючи видобуток і переробку сировини, створення екологічно прийнятної продукції, мінімізацію, переробку і знищення відходів.

Формування «зеленої» економіки на початку ХХІ ст. є закономірним, адже базується на принципово нових технологіях та економічних відносинах. По-перше, це зумовлено необхідністю переходу до сестейного розвитку, що дозволяє подолати загрозу глобальної екологічної катастрофи і забезпечити перехід до пріоритетів соціального розвитку людини. По-друге, досягнутий науковий і технічний рівень суспільства в умовах сьогодення утворює передумови до розв'язання поставлених задач [5, с. 24].

ООН визначає зелену економіку як таку, що сприяє підвищенню добробуту людей, зміцненню соціальної справедливості синхронно з істотним зниженням ризиків для довкілля та дефіциту екологічних ресурсів [1; 2, с. 21].

Основні принципи «зеленої економіки» включають [2, с. 22]: рівність і справедливість у межах одного покоління і між поколіннями; відповідність принципам сталого розвитку; обережність щодо соціальних наслідків і впливу на навколишнє середовище; розуміння високої цінності природного й соціального капіталу, наприклад, за рахунок інтерналізації зовнішніх екологічних витрат, «зеленого» обліку, оцінки витрат за період усього життєвого циклу продукту і поліпшення управління; ефективність використання ресурсів, стійке споживання і виробництво; необхідність відповідності макроекономічним цілям у спосіб створення «зелених» робочих місць, підвищення рівня конкуренції і зростання в основних галузях.

Таким чином, «зелена» економіка є логічним продовження теорії сталого розвитку, її новою концепцією. «Зелена» економіка бере за основу

базові положення екологічної економіки, але розвиває її, прагне одночасного досягнення соціальної та екологічної справедливості як окремих аспектів єдиного цілого.

Список літератури:

1. Greeneconomy. Why does green economy matter. URL: <https://www.unep.org/explore-topics/green-economy/why-does-green-economy-matter>(дата звернення 22.10.2020).

2. Основні засади впровадження моделі «зеленої» економіки в Україні : навч. посіб. / Т. П. Галушкіна, Л. А. Мусіна, В. Г. Потапенко та ін.; за наук. ред. Т. П. Галушкіної. Київ : Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування, 2017. 154 с.

3. Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. URL: <https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/Agenda2030%20eng.pdf>(дата звернення 22.10.2020).

4. 17 Goals to Transform Our World. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/> (дата звернення 22.10.2020).

5. Мельник Л. Г. «Зелена» економіка (досвід ЄС і практика України у світлі III і IV промислових революцій): підручник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 463 с.

Піонт К.В. (магістрант)

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ БАГАТОНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ В СЕГМЕНТІ ЕЛЕКТРОННИХ ПРИСТРОЇВ

Конкурентна стратегія - це процес розвитку конкурентної переваги та отримання надмірної віддачі для зацікавлених сторін. Конкурентна перевага досягається за рахунок стратегічного управління ресурсами, можливостями та основними компетенціями, а також реакцією фірми на можливості та загрози у зовнішньому середовищі. Вищі середні показники прибутку - це прибутки, які перевершують альтернативні інвестиції зі схожим профілем ризику. Конкурентна стратегія пом'якшує можливості та способи існування у зовнішньому середовищі через превентивні та реактивні стратегії. Нові можливості використовуються на тлі нових конкурентних позицій, які можуть бути створені в процесі. Конкурентна стратегія вимагає постійних

коригувань та трансформацій для розвитку внутрішніх компетенцій та запобігання змінам зовнішнього середовища [2].

Розглянемо відмінності конкурентних стратегій на прикладі трьох провідних компаній в сегменті електронних пристроїв – Apple, Samsung та Huawei.

Глобальну стратегію Huawei можна умовно розділити на три частини. По-перше, увійти на ринок Гонконгу, який є одним з міжнародних економічних центрів. По-друге, завойовувати нові ринки в регіонах, що розвиваються, таких, як Африка, Південна Америка, а також зміцнити свою позицію у Східній Європі. По-третє, посилити свою незалежність на всіх етапах розробки електронних виробів через санкції США.

На даний момент продукти і послуги Huawei представлені більш ніж в 170 країнах і регіонах світу. Успіх компанії Huawei став вихідною точкою для виходу інших китайських продуктів на європейський телекомунікаційний ринок. Тим часом це символізувало, що продукти компанії Huawei досягли світового рівня. Що стосується ринку в США, то там Huawei поки не досяг великих успіхів. Тому на світовому щорічному аналітичному саміті представник Huawei заявив, що американський ринок більше не є частиною глобальної стратегії Huawei, і Huawei більше не цікавиться ринком США.

Головною загрозою для компанії Samsung став високий ступінь конкуренції і компанії слід було б усунути її негайно. Для вирішення даної проблеми в першу чергу необхідний більш серйозний контроль якості на заводах, що належать дочірнім компаніям. Більше 70 років компанія Samsung намагається зробити світ кращим і досконалішим, здійснюючи свою діяльність в різноманітних напрямках: виробництво напівпровідників і цифрових пристроїв, будівництво хмарочосів і виробничих комплексів, нафтохімічна промисловість, мода і стиль, медицина, фінансові послуги, готельні мережі та багато іншого. Компанія Samsung Electronics, є визнаним світовим лідером у виробництві електроніки і цифрової техніки на базі найсучасніших технологій і це її основна перевага.

Склад переваг залежить від галузі. Так, для високотехнологічних компаній конкурентні переваги будуть пов'язані головним чином з технічною перевагою, товарними і технологічними інноваціями. Саме дана складова стратегії Samsung і є її основною перевагою.

Міжнародна корпорація Apple - дуже добре відома покупцям компанія, що випускає якісну продукцію. Однак в біографії Apple було чимало стратегічних помилок. Так, в 1993 році корпорація почала випускати Newton, один з перших кишенькових комп'ютерів. Сьогодні для більшості людей це був би цілком зрозумілий пристрій, оскільки кожен з нас користується мобільним телефоном або планшетом, але на той момент компанії належало чітко дати зрозуміти потенційному покупцеві, що саме вона продає. Однак Apple не змогла дати чіткої і ясної більшості користувачів відповіді. В результаті в 1998 р. випуск нового продукту припинився.

Останнім часом у Apple також були прорахунки: 12.09.2017 р компанія представила відразу дві нові моделі смартфона (iPhone 8 і iPhone X). Оскільки останній смартфон сприймався більшістю як поліпшена версія iPhone 8, продажі цієї моделі не показали очікуваних результатів.

Для здійснення тривалої діяльності, компаніям просто необхідно підтримувати свою конкурентоспроможність, підлаштовуватися під сучасні умови конкуруючого ринку з великою кількістю товарів і пропозицій, інакше існує ризик, що підприємство може не витримати тиску фірм-конкурентів і розоритися.

Список літератури

1. Apple / Official web-site // [Electronic source]. URL: <https://www.apple.com/>
2. Grant, R.M. (2010) Contemporary Strategy Analysis, John Wiley & Sons.
3. Huawei / Official web-site // [Electronic source]. URL: <https://www.huawei.com/ua/>
4. Huawei Mobile Services / Official web-site // [Electronic source]. URL: <https://huaweimobileservices.com/>
5. McGee, J., Thomas, H. and Wilson, D.C. (2010) Strategy: Analysis and Practice, Vol. 2, McGraw-Hill.
6. Samsung / Official web-site // [Electronic source]. URL: <https://www.samsung.com/ua/>

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

Не дивлячись на різноманіття поглядів на сутність інтелектуальної власності більшість науковців з різних країн сходяться в змістовному наповненні інтелектуальної власності. Йдеться як про різновид активу, що створений людиною, так і складову більш широкого кола економічних зв'язків. класики розглядають її в системі внутрішньо необхідних, стійких соціально-економічних зв'язків і відносин між людьми з приводу привласнення інтелектуальної власності в усіх сферах суспільного відтворення [5]. Інші підтримують системний підхід визначаючи її як складову відносин щодо створення, володіння, обміну і використання продуктів інтелектуальної праці [3].

Науковці, що представляють західні школи, розробили більш чітку систему складових, що уточнюють змістовне наповнення права власності на результати інтелектуальної праці. Представники інституціоналізму зробили найбільший внесок у розвиток теорії інтелектуальної власності. До найбільш поширеного у світовій практиці відносять «пучок прав» власності, що був запропонований британцем А.Оноре, який можна навести у наступному вигляді:

права володіння, використання, управління (визначення хто і як використовуватиме), право на дохід, привласнення результатів використання; право суверенності (відчуження, споживання, зміна, знищення), право на безпеку (від експропріації чи пошкодження), право переходу у спадщину, право на безстроковість привласнення блага, заборона використання у спосіб, що шкодить природі, відповідальність у вигляді стягнення (позбавлення блага на сплату боргу), право на залишок (повернення прав після кінця дії угоди) [1].

Право інтелектуальної власності має подвійну природу – виокремлюють як майнові права на ОІВ та авторські права. Перший блок прав робить ОІВ

схожими на матеріальні активи, а другий демонструє їх унікальну природу. Тому якщо майнові права можуть відчужуватись, то немайнові, авторські права відчуженню не підлягають та довічно залишаються за автором. Авторські права є ключовою відмінною рисою, за якою інтелектуальна власність відрізняється від інших різновидів нематеріальної власності – соціального капіталу, інформаційного капіталу та інших форм неідентифікованої нематеріальної власності (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл правомочностей щодо нематеріальної власності

правомочності	інтелектуальна власність	соціальний капітал	інформаційний капітал	неідентифікована нематеріальна власність
виключне право	+			+
право авторства	+			
право використання	+	+	+	+
право розповсюдження та оприлюднення	+		+	обмежені
право відкликання	+			+
право доступу	+			
право слідування	+			
право на дохід	+	+	+	+
право на спадкування	+	+		
право на захист	+	+		
право відчуження	+		+	

Джерело: складено автором за [4]

Інтелектуальна власність має важливе значення для інноваційної діяльності та активності. За Й.Шумпетером інновація дає суб'єкту певну тимчасову ренту, яка спроможна забезпечувати підвищені, а часом надлишкові, прибутки, що виступає, з одного боку, стимулом для їх здійснення, а з іншого – певною компенсацією за ризик. Концепція інновацій включає п'ять форм прояву, які називають передумовами обігу, а саме: 1) створення нового товару; 2) створення нового методу виробництва; 3) відкриття нового ринку; 4) відкриття нового джерела чинників виробництва; 5) створення нової організації, галузі [6].

Саме тимчасовість наведеної ренти лягла в основу визначення часових рамок для захисту інновацій, що матеріалізується у формі документів щодо

ОІВ – патентів чи свідоцтв, які мають обмежений термін чинності. Повний цикл етапів інновацій, на кожному з яких має здійснюється управління ОІВ, включає: виникнення, зростання, зрілості та занепад інновації [2].

Привласнення інноваційної ренти обмежує масове поширення нововведень, що в окремих випадках може носити небажаний характер. Шумпетер Й. та Менш Г. були серед перших, хто висловив думку, що найчастіше інновації поширюються нерівномірно в основному через таку форму як кластери інновацій. Саме тому в межах національних систем управління ІВ вдаються до регламентування певних запобіжників для кращої реалізації національних інтересів. Йдеться як про можливість викупу ОІВ, безоплатного передання у суспільне користування, так і потенційну націоналізацію в окремих випадках.

В системі чинників формування та розвитку глобальної інноваційної системи об'єкти інтелектуальної власності та управління ними займає особливе місце. Серед економічних та регуляторно-правових факторів формування глобальної інноваційної системи одне з ключових місць займає міжнародна конкурентна боротьба за володіння інтелектуальними ресурсами та розширення правового поля міжнародних інституцій у сфері охорони ОІВ [7].

Створення нових знань є одним з ключових, фундаментальним чинником зміни технологічних укладів. Технології захищаються як ОІВ, тому важливо усвідомлювати чому розвинені країни нині розвиваються в умовах домінування 5 та переходять до 6-го технологічного укладу, тоді як в Україні переважають технології 3-4 технологічних укладів. Для виходу на рівень розвинених країн Україна має здійснювати державі інвестиції та заохочувати приватний капітал до інвестування та інновацій на основі новітніх наукових розробок та імпорту тих, що можуть мати важливе значення в якості допоміжних.

Список літератури:

1. Honore A. M. Ownership [Електронний ресурс] // Oxfordessaysinjurisprudence / Ed. by A. W. Guest. Oxford : Oxford University Press, 1961. URL:<http://www.users.ox.ac.uk/~alls0079>

2. Гонтова Н. В. Дослідження циклічності процесу адаптації підприємства до інноваційного розвитку // Економічний вісник Донбасу. 2013. № 2. С. 179-190. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2013_2_33
3. Иванова Н. Инновационная сфера: Итогистолетия / Н. Иванова // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 8. С. 25.
4. Колесникова Ю. Институциональный подход к определению нематериальной собственности // Вестник экономики, права и социологии. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnyu-podhod-k-opredeleniyu-nematerialnoy-sobstvennosti> (дата звернення: 08.10.2020).
5. Мочерний С. В. Методологія економічного дослідження / С. В. Мочерний. Львів: Світ, 2001. 416 с.
6. Науково-теоретичні засади інноваційного розвитку та інтелектуальної власності як його головної складової : метод. рек. / А. О. Дегтяр, Р. Г. Соболев. К. : НАДУ, 2013. 48 с.
7. Рилач Н. М. Теоретичні основи формування глобальної інноваційної системи / Н. М. Рилач // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2012. Вип. 110(2). С. 82-91. URL http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_110%282%29__17

Румянцева А.Д. (магістрант)

ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ

Актуальність. Вагому частину міграційного потоку складає трудова міграція. Майже всі країни і регіони світу є залученими в складні міграційні процеси. В даний час, за оцінками ООН, загальна чисельність людей, що живуть не в країнах, де вони народилися, перевищує 232 млн. чол., сформувалась своєрідна «нація мігрантів», яку можна порівнювати із населенням багатьох країн.

Постановка проблеми. Важливим є дослідження, аналіз і встановлення особливостей впливу міжнародних міграційних процесів на світовий та регіональний ринок праці, зокрема Арабських країн

Результати дослідження. За останні два десятиліття частка робітників-іноземців в арабських країнах значно зросла. У Бахреїні, Омані та Саудівській Аравії, корінні мешканці все ще становлять більше ніж 50 відсотків від загальної кількості населення, тоді як у Кувейті, Катарі та

Об'єднаних Арабських Еміратах тепер вони є меншістю. Робітники-мігранти складають значні 40,8 відсотка всіх працівників регіону.

До робітників-мігрантів належать як низькокваліфіковані (наприклад, на будівельних та побутових роботах), так і висококваліфіковані фахівці. Значна частка низькокваліфікованих робітників перебуває у вразливому становищі. Зокрема, система kafala, яка використовується для моніторингу працівників-мігрантів, де роботодавець виступає спонсором від імені працівників-мігрантів, для отримання дозволу на проживання, потенційно може породжувати можливість експлуатації. Проте варто зазначити, що Катар оголосив про зміну законодавства, що означає собою трансформації всієї системи та посилить права робітників-мігрантів.

Арабські держави також є регіоном з найбільшою кількістю біженців та внутрішньо переміщених осіб., понад 1 млн. біженців проживає в Йорданії, Лівані та на окупованій палестинській території. Це чинить значний тиск на систему охорони здоров'я, освіти, соціального захисту, інфраструктуру. У деяких країнах біженці непропорційно представлені на низькооплачуваних та неформальних роботах, де менше працюють корінні працівники (наприклад, сирійські біженці в Йорданії). В інших випадках збільшення пропозиції робочої сили супроводжувалося погіршенням умов праці як для корінних жителів, так і для біженців.

До позитивних наслідків міграції відносять: зростання одержуваного доходу мігрантів, підвищення рівня освіченості трудових мігрантів, збільшується кількісна складова пропозиції праці, підвищується рівень конкурентоспроможності, вирішуються демографічні проблеми в країнах перебування емігрантів.

Незважаючи на низку позитивних аспектів для соціально-економічної складової ринку праці, слід враховувати, що трудова міграція здатна чинити на всіх учасників даного процесу і негативний вплив. А саме, психологічні загрози для мігрантів під час переїзду в іншу країну, можливість безробіття для місцевого населення, дискримінація та расизм, соціальна напруга,

деградація національної культури і традицій. Країна-донор трудових мігрантів також несе свої ризики, зокрема, втрату висококваліфікованих кадрів, вплив на інститут сім'ї, ринки і населення.

Проаналізувавши всі вищенаведені фактори впливу міграції на ринок праці країн її наслідки, можемо сформуванати узагальнену схему щодо впливу трудової міграції населення на економіку та ринок праці країн (рис. 1).

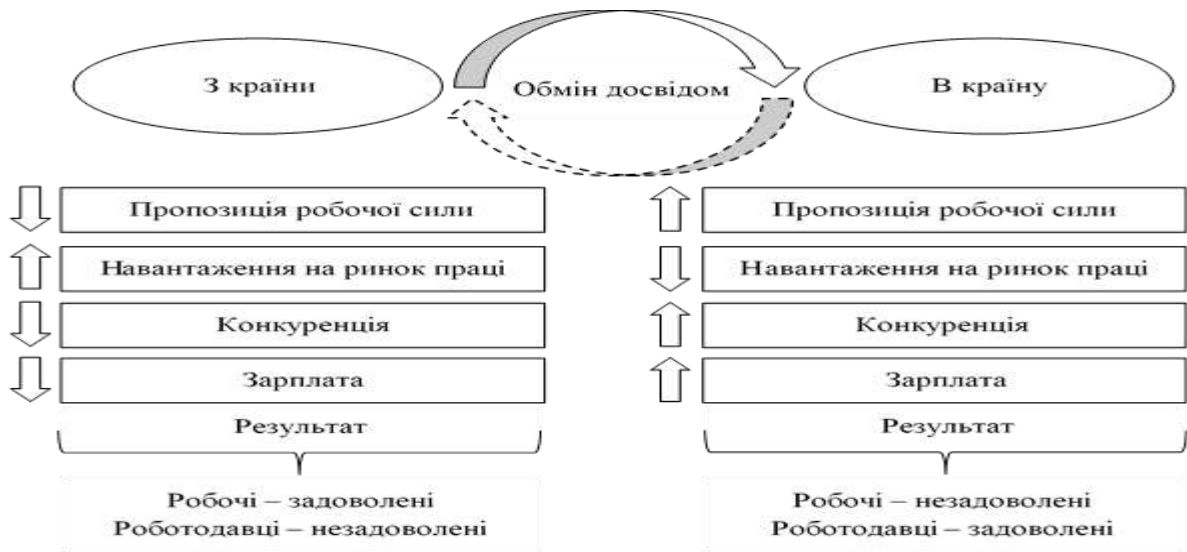


Рис. 1 – Узагальнена схема наслідків трудової міграції населення

Джерело: розроблено автором

Висновки. Таким чином, міграція призводить до зміни чисельності населення окремих країн і регіонів, перерозподілу балансу трудових ресурсів, якісні зрушення в складі населення, що призводить до істотних відмінностей між мігрантами і корінним населенням за статтю, віком, національним, сімейним, професійним, релігійним складом. Міграція зачіпає комплекс таких складних соціальних процесів, як відтворення населення, народжуваність, смертність, репродуктивна поведінка, захворюваність і здоров'я, а також тривалість життя, що в цілому має непереборний та тривалий вплив на ринок праці.

Список літератури:

1. World Employment and Social Outlook – Trends 2020. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_734455.pdf
2. World Employment and Social Outlook – Trends 2018. https://www.ilo.org/beirut/media-centre/news/WCMS_615590/lang-en/index.htm
3. Summary of the work of the Economic and Social Commission for Western Asia, 2019. <https://digitallibrary.un.org/record/3808359>

Сердечна А.О. (магістрант)

МАСШТАБИ І СТРУКТУРА ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ У СВІТІ

Тіньова економіка існує досить довгий час і є досить поширеним явищем в XXI столітті. Вона притаманна усім країнам, незалежно від рівня їх економічного розвитку, проте її розмір точно визначити неможливо. Тіньова економіка, яку також називають підпільною чи неформальною, включає не тільки незаконні види діяльності, але й незадекларований дохід від виробництва легальних товарів та послуг від грошових або бартерних операцій. має значення, які тягнуться після економіки до політичного замовлення. Високий рівень тінізації економіки вкрай негативно впливає на імідж країни, її конкурентоспроможність, ефективність структурних та інституційних реформ.

За останні роки рівень неформальної економіки знизився по всій Європі, але все ще залишається значним, особливо у Східній Європі. Як частка формального ВВП тіньова економіка зменшилась на більшій частині Європи після світової фінансової кризи, коли вона досягла піку у багатьох країнах. Однак тіньова економіка залишається в середньому близько 15–20% ВВП у країнах із розвинутою економікою та близько 30–35% ВВП у країнах, що розвиваються, і набагато більша в деяких країнах Співдружності Незалежних Держав (СНД).[1]

За даними різних організацій рівень тіньової економіки в сучасному світі становить від 18 до 35 % загальносвітового ВВП. За підрахунками Світового банку ВВП у світі 2019 року становив 86,6 трлн. дол. США. Тобто, найбільш песимістичний розрахунок свідчить, що в тіньовому секторі нині виробляється приблизно 30,31 трлн. дол. США. [2], [3]

За даними ВЕФ, ємність ринків окремих нелегальних товарів та послуг оцінюється на рівні: підроблених лікарських засобів – 200 млрд. дол. США, проституції – 190 млрд. дол. США, марихуани – 140 млрд. дол. США, підробленої електроніки – 100 млрд. дол. США, кокаїну – 80 млрд. дол. США, піратського програмного забезпечення – 50 млрд. дол. США, торгівлі людьми – 30 млрд. дол. США, злочинів у сфері охорони навколишнього середовища та торгівлі природними ресурсами – 20 млрд. дол. США. [4]

Однак розвинені країни також неоднорідні, серед них зустрічаються країни з досить високими показниками тіньової активності. Найбільш низькі відносні показники частки тіньового сектору (на рівні 8 – 10% ВВП) мають Австрія, США, Швейцарія і Японія. Мотивація тіньової активності в розвинених країнах пояснюється здебільшого надмірним податковим навантаженням на підприємства й зарегульованістю господарських відносин [5, с. 14].

Остання економічна криза стала однією з причин розгортання тіньових процесів у світі, зокрема в країнах ЄС. З погляду розмірів тіньового сектору країни ЄС можна розбити на 3 групи [6, с. 45]. І група складається з 14 держав, у яких найменші розміри тіньової економіки. Станом на початок 2016 р. до цієї групи належать: Австрія та Люксембург – 8,2 – 8,3 %, Нідерланди – 9,0 %, Велика Британія – 9,4 %, Ірландія – 11,3 %. Найгірші показники для цієї групи притаманні Бельгії – 16,2 % та Португалії – 17,6 %. ІІ група охоплює країни, у яких показники тіньової економіки середні по усіх країнах ЄС та майже становлять 20 – 25% ВВП. До цієї групи належать: Іспанія – 18,2 %, Італія – 20,6 %, Угорщина – 21,9 %, Греція, Польща, Мальта та Кіпр – 22,4 – 24,8 %. Найгірші показники у цієї групи у Литви – 25,6 %. ІІІ

група охоплює країни, у яких показники тіньової економіки найбільші серед усіх країн ЄС та майже становлять третину ВВП. До цієї групи нами віднесені: Естонія, Хорватія, Румунія – з рівнем тінізації 26,2 – 28,0 %. Найгірші показники серед цієї групи у Болгарії – 30,6 % ВВП, держави, де понад 60 % тіньової економіки припадає на сферу туризму.[7]

Отже, тіньова економіка існує в будь-яких економічних системах з державною формою організації суспільного життя. Тіньова економіка займає значиме об'єктивне положення в системі суспільного відтворення. Розміри тіньової економіки у світі вражають своїми масштабами. Окремі дослідження вказують на те, що тіньова економіка у світі складає від 18 до 35 % загальносвітового ВВП.

Список літератури:

1. Medina L. Shadow Economies Around the World: What Did We Learn Over the Last 20 Years? / L. Medina, F. Schneider URL: <https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WP/2018/wp1817.ashx>
2. Шнайдер Ф. Скрываясь в тени. Рост подпольной экономики / Ф. Шнайдер, Д. Энста URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/issues/issues30/rus/issue30r.pdf>
3. Валовой внутренний продукт URL: <https://knoema.ru/atlas/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%8C-%D0%BC%D0%B8%D1%80/%D0%92%D0%92%D0%9F?mode=amp>
4. Економічна безпека : навч. посібн. / За ред. З. С. Варналія. К. : Знання, 2009. 647 с.
5. Красноручкий О.О., Гришова И.Ю. Научные подходы к методологии выявления элементов теневой деятельности на предприятиях Украины. Вестник Ивановского государственного университета. Серия «Экономика». 2016. №1 (27). С. 13–18.
6. Красноручкий О.О., Гришова И.Ю. Корупційні ризики та зарубіжна методологія їх оцінки в системі економічної безпеки. Проблеми і перспективи економіки та управління : науковий журнал. 2015. № 4 (4). С. 40–46.
7. Schneider F. The Shadow Economy in Europe, 2013. URL: https://www.atkearney.com/financialinstitutions/featured-article/-/asset_publisher/8IucAqMqEhB/content/the-shadow-economy-in-europe-2013/10192

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА ФРН

Майже 30 років Україна та ФРН, як два повноцінних суб'єкта світової економіки тісно співпрацюють в економічній сфері, адже насамперед активна співпраця з такими економічно потужним партнером як ФРН, є ключем до реалізації євроінтеграційної стратегії України. Аналізуючи процес формування україно-німецьких економічних відносин, можливо зробити висновок, що у ХХІ столітті вони вийшли на рівень стратегічного партнерства та спостерігається тенденція до поглибленням господарських зв'язків з урахуванням європейських інтеграційних процесів. Мета України – повноцінна інтеграція у міжнародні фінансові-економічні структури та участь у міжнародній кооперації, що дасть можливість визнати її як повноцінного члена світового економічного співтовариства.

Основними механізмами економічного співробітництва між нашою державою та Німеччиною є сукупність правових норм, міждержавних угод, юридичних домовленостей, правил сертифікації продукції, що виробляється та ринковий підхід до ціноутворення. Ці механізми мають на собі мету сприяти підвищенню якості продукції та послуг, збільшення фінансових показників задіяних сторін і як результат імплементації цих механізмів вдосконалення генезису економічного співробітництва між країнами. Усі вищезазначені механізми забезпечують розвиток міждержавного економічного співробітництва.

Наразі між Україною та Німеччиною діє низка міжурядових договорів про економічне співробітництво, одним з таких договорів є «Угода між Урядом України та Урядом Федеративної Республіки Німеччина про заснування Німецько-Української промислово-торговельної палати»[1]. Німецько-українська торговельно-промислова палата підтримує українськи

та німецькі компанії при створенні та розбудові економічних відносин за кордоном та забезпечує тісний зв'язок німецького та українського бізнесу з промисловістю і ринком. Інтеграції української та німецької економік сприяє «Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Федеративної Республіки Німеччина про фінансове співробітництво»[2] та «Договір між Україною та Федеративною Республікою Німеччина про широкомасштабне співробітництво у сфері економіки, промисловості, науки та техніки» [3]. Іншим важливим механізмом економічного співробітництва України та ФРН є реалізація різних міжурядових проектів (створена Українсько-німецька група високого рівня з питань економічного співробітництва, яка координує роботу щодо розвитку, спрощення та покращення умов виконання міжнародних перевезень; розширення співпраці з використання сучасних технологій в електроенергетиці; реалізації програми «Твінінг» Федерального міністерства економіки і енергетики ФРН у сфері стандартизації; розширення співпраці у сфері гірничо-видобувної промисловості та співпраці з Німецькою стороною в рамках інтеграції України в ENTSO-Етощо).

Уряд України в свою чергу, стимулює своїми програмами експорт української продукції у Німеччину. Спеціальний проект «Торговельний фокус України — 2020» Офісу з просування експорту та Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України допомагає українським компаніям перейти від разових до системних контрактів, шляхом розвитку експортних компетенцій українського бізнесу, промоції товарів та послуг[4]. Обсяг експорту українських товарів та послуг до Німеччини за 2019 рік склав **2967,7** мld дол. США та зростає на 6% в порівнянні з 2018 роком[5].

Міжурядові форуми та круглі столи, як механізми економічного співробітництва відіграють позитивну роль для бізнесу, стимулюють до усунення юридичних та бюрократичних перепон у білатеральній торгівлі.

Сьогодні у період неспинної глобалізації та діджиталізації одним з механізмів економічного співробітництва між Україною та ФРН є розвиток

високих технологій, які поліпшують умови виробництва та експорту/імпорту продукції, підвищують продуктивність праці, рівень економічної безпеки. В цілому, розвиток високих технологій позитивно корелюється з економічним зростанням.

У рамках швидкої глобалізації та інтеграції національних економік України та Німеччини сформувався ряд форм економічної співпраці:

- ✓ міжнародна торгівля товарами, послугами;
- ✓ міжнародна спеціалізація виробництва та науково-технічних робіт;
- ✓ обмін науково-технічними результатами;
- ✓ міжнародна кооперація виробництва;
- ✓ інформаційні та валютно-фінансові зв'язки між країнами;
- ✓ рух капіталу та робочої сили;
- ✓ діяльність міжнародних економічних організацій.

Зазначені форми економічної співпраці активно підтримуються урядами ФРН та України, та як наслідок, активно розвивались у перших двох десятиліттях XXI століття. Але пандемія коронавірусної хвороби COVID – 19, введення як в Німеччині, так і в Україні загальнонаціональних карантинів, жорстких обмежень щодо підприємств малого та середнього бізнесу, призвело падіння рівня торгово обороту між країнами. За 8 місяців поточного року рівень експорту та імпорту товарів до ФРН на зменшилися на 18,9 % та 15,5% у в порівнянні з аналогічним періодом минулого року та склали 1 238,84 млн. дол. США та 3404,14млн.дол.США відповідно[6].

Список літератури:

1. Угода між Урядом України та Урядом Федеративної Республіки Німеччина про заснування Німецько-Української промислово-торговельної палати, ратифікація 16.03.2016р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/276_092#Text.
2. Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Федеративної Республіки Німеччина про фінансове співробітництво, редакція від 30.12.2011р.[Електронний ресурс]. - Режим доступу:https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/276_071#Text.
2. Договір між Україною та Федеративною Республікою Німеччина про широкомасштабне співробітництво у сфері економіки, промисловості, науки та техніки від 10.06.1993р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/276_010#Text.

3. Офіційний сайт Державної установи «Офіс з просування експорту України».[Електронний ресурс]. - Режим доступу:<https://epo.org.ua/>.
4. Офіційний сайт Посольства України у Федеративній Республіці Німеччині. Торговельного-економічне співробітництво. [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<https://germany.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/torgovelno-ekonomichne-spivrobitnictvo>.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Розділ Статистична інформація/Зовнішньоекономічна діяльність/Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами у січні-серпні 2020. [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Спінко М. О. (магістрант)

ПРОБЛЕМИ ТА ПРОЦЕС ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Конфлікт інтересів в політичному трикутнику Європейський союз (ЄС) - Російська Федерація (РФ) - Україна в 2014 р, перейшов в гостру фазу, а "українське питання" перемістилося в центр європейської політики. Вирішити його, незважаючи на великі зміни в українському політичному житті, поки не вдається. На це були та залишаються певні причини. Серед них грубі помилки у державному регулюванні 2013-2014 рр, безвладдя після «втечі» президента та недовіра населення до «відреставрованого» політичного режиму, послаблення економіки України у 2014 році, що супроводжувалося збройним конфліктом на Сході країни, загострення внутрішніх проблем ЄС та багато інших.

В аналізі відносин України і ЄС ми виходимо з того, що поряд з початковою метою цього проекту - встановлення міцного миру в Європі - він може послужити моделлю нового світопорядку. І мова тут йде в першу чергу про європейську соціальну ринкову економіку [1].

З часу, коли в 1993 р. євроінтеграція була оголошена головною метою зовнішньої політики України [2], пройшло більше чверті століття. І її зовнішньополітичний курс всі ці роки залишався незмінним, а 7 лютого 2019 р. був навіть закріплений в Конституції України [3]. Україна дуже довго працювала над тим, аби підписати Угоду про Асоціацію з ЄС. Повністю

Угода про асоціацію між Україною та ЄС набула чинності 1 вересня 2017 року. Це міжнародно-правовий документ, який на договірно-правовому рівні закріплює перехід відносин між Україною та ЄС від партнерства та співробітництва до політичної асоціації та економічної інтеграції[4]. Важливим елементом Угоди про асоціацію між Україною та ЄС є положення про створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ЗВТ). Ними передбачено суттєву лібералізацію торгівлі (усунення тарифів чи квот) між сторонами, гармонізацію законодавства і нормативно-регуляторної бази. Створення ЗВТ між Україною та ЄС відбуватиметься поступово, протягом 10 років. Результатами запровадження ЗВТ між Україною та ЄС стануть тісна економічна інтеграція, створення практично таких же умов для торгівлі між Україною та ЄС, що мають місце у торгівлі всередині Союзу, покращення інвестиційного клімату та прозорі правила ведення бізнесу в Україні, збільшення вибору, підвищення безпеки та якості товарів, зниження цін для українських споживачів, можливість доступ українських підприємств, крім ринку ЄС, до ринків третіх країн у зв'язку з переходом на прийняті в усьому світі стандарти[5].

За підсумками двостороннього саміту в Брюсселі, що відбувся 6 жовтня 2020 р. Україна та Європейський Союз досягли домовленості про оновлення Угоди про асоціацію. Саміт визначив напрямки оновлення угоди: цифровий ринок, захист довкілля, боротьба зі змінами клімату (включаючи роль України у політиці Green Deal), фінансова співпраця. Попередня робота на цих напрямках вже почалася[6].

Також в Україні з жовтня 2020 року починається робота першої місії Євросоюзу для підготовки до укладення угод про "промисловий безвіз". Ця місія є попередньою до укладення угоди АСАА (Угода про оцінку відповідності та прийнятність промислової продукції). Метою місії є скласти перелік законодавчих та регуляторних дій, які можуть вимагатися для повної готовності до переговорів після укладення угоди. Угода АСАА - це визнання еквівалентності системи технічного регулювання та оцінки відповідності

європейської, що дозволило б виробникам промислової продукції отримувати необхідні сертифікати в Україні, а не їхати в ЄС в пошуках офіційного представника (резидента ЄС), який може отримати цей сертифікат. Інтегральною складовою Угоди про асоціацію між Україною та ЄС є положення Угоди про зону вільної торгівлі (Угода про ЗВТ)[7].

Список літератури:

1. Галкин А.А. Общественное сознание и идеологические сдвиги / А.А. Галкин // Европа XXI века. Новые вызовы и риски. Ал. А. Громыко, В.П. Федоров (Ред.) М.,-СПб.: Нестор-История. – 2017. - С. 63–78
2. Верховна Рада України. Офіційний сайт. Постанова Верховної Ради України “Про Основні напрями зовнішньої політики України” від 2 липня 1993 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3360-12>.
3. Интерфакс 2019. [Електронний Ресурс]. - Режим Доступу: <https://m.interfax.ru/649595>
4. Офіційний сайт Міністерства юстиції України: Історія Становлення відносин Україна-ЄС - <https://minjust.gov.ua/m/istoriya-stanovlennya-vidnosin-ukraina-es>
5. Оф. Сайт Міністерства закордонних справ України: Зона вільної торгівлі між Україною та ЄС [Електронний Ресурс]. - <https://mfa.gov.ua/yevropejska-integraciya/ugoda-pro-asociaciyu-mizh-ukrayinoyu-ta-yes/zona-vilnoyi-torgivli-mizh-ukrayinoyu-ta-yes>
6. Європейська правда: Євросоюз погодився оновити Угоду про асоціацію з Україною [Електронний Ресурс]- <https://www.eurointegration.com.ua/news/2020/10/6/7115087/>
7. Європейська правда: В Україні почала роботу перша місія ЄС для підготовки промислового союзу [Електронний Ресурс] - <https://www.eurointegration.com.ua/news/2020/10/29/7115884/>

Трибко Д.В. (магістрант)

НАЦІОНАЛЬНІ ПОЛІТИКИ ДЕТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ У ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ

За кордоном проблеми тіньової економіки стали вивчати з 30-х років минулого сторіччя, а в Радянському Союзі (відповідно і в Україні) підвищення інтересу до вивчення тіньової економіки відбулося лише в 80-ті роки. Антикорупційне законодавство розвинених країн використовує весь арсенал правових засобів боротьби з тіннізацією економіки (не лише кримінально-правових), звертаючи особливу увагу на її попередження.

Наразі розвиненими країнами вироблено значний і різносторонній досвід боротьби, протидії та стримування тіньової діяльності.

Дієвим інструментом детінізації економіки розвинених країн є, в першу чергу, системи та механізми фінансового контролю за доходами кримінального походження, зокрема [1]:

1) в Італії антикорупційним законодавством було введено заборону на розрахунки готівковими коштами на великі суми;

2) в Німеччині законодавством передбачено обов'язкове декларування всіх розрахунків з нерезидентами;

3) в Японії існує обов'язковий фінансовий моніторинг (усі фінансові установи повинні повідомляти відповідні державні органи про значні фінансові операції).

В США головна роль у боротьбі з тіньовою економікою і легалізацією доходів фізичних та юридичних осіб, отриманих нелегальним шляхом, відведена Міністерству фінансів США. Так, міністр фінансів США особисто регулює діяльність, притягує до кримінальної та цивільної відповідальності, встановлює вимоги стосовно ведення обліку та подання звітності фінансовими установами чи звільняє їх від покарання [1].

У США звіт про готівкові платежі на суму більшу за 10 тис. дол. США подається до органів фінансового моніторингу. За свідоме неподання звіту нараховується штраф до 25 тис. дол. США чи тюремне ув'язнення строком на 5 років. Крім того, у США міжнародне переміщення валюти та грошово-кредитних документів на суму більшу за 10 тис. дол. США контролюється митною службою.

Традиція боротьби з тіньовою економікою в Сполученому Королівстві сягає кінця 19 ст. коли було прийнято перший законодавчий акт, який стосувався корупції та її попередження. У Сполученому Королівстві в протидії тінізації економіки надається велике значення громадській думці. З метою детінізації економіки було створено Комітет Нолана, Бюро по

боротьбі з шахрайством. Особливістю Сполученого Королівства в боротьбі з тіннізацією економіки є посилення незалежності судів [2].

У Австрії спостерігається низький рівень тіншової економіки. Основним напрямом політики детінізації в країні було застосування заходів щодо запобігання корупції серед держслужбовців. Для цього австрійським державним службовцям заборонено приймати будь-які подарунки. За боротьбу з тіннізацією економіки в Австрії відповідають Федеральне міністерство фінансів та Федеральне міністерство економіки і праці Австрії. Також в окремих питаннях протидії тіннізації задіяні податкові адміністрації, митні служби, Контрольне відомство з нелегальної зайнятості закордонної робочої сили та Управління боротьби з кіберкриміналітетом [3, с. 56].

У Німеччині боротьбу з тіншовою економікою покладено на Федеральну фінансову поліцію, Департамент внутрішніх розслідувань, Відділ боротьби з організованою злочинністю та корупцією. Законодавством Німеччини обмежується можливість держслужбовців до ведення тіншової і корупційної діяльності [3, с. 56].

Основним напрямом детінізації економіки в Німеччині вважається боротьба з нелегальною працею і демпінгом заробітних плат на нелегальному ринку праці.

Урядом провадиться поступова політика посилення контролю за ринком праці, періодично переглядається рівень мінімальної заробітної платні, ліквідовано можливість приватними підприємцям встановлювати заробітну плату у розмірі нижчому ніж закріплено у законодавстві.

У Франції боротьба з тіншовою економікою покладена на Центральну службу з подолання корупції, до складу якої входять державні службовці різних відомств (міністерства внутрішніх справ, кримінальної поліції, адміністративних судів, податкової служби. Відповідно до французького законодавства будь-який рахунок може бути заморожений, у випадку виникнення підозри відносно кримінального походження грошей або відкриття рахунку задля ухиляння від сплати податків. [2].

Таким чином, політика детінізації економіки в розвинутих країнах має комплексний характер. Протидія негативним проявам тіньової економіки в них не обмежується тільки санкціями за порушення умов заборони. Головною зброєю в арсеналі урядів розвинутих країн у детінізації економіки є: прозоре кримінальне, податкове, цивільне право; високий рівень оплати праці держслужбовців; дієвий ринковий механізм; високий рівень конкуренції; висока якість державних послуг тощо.

Список літератури:

1. Онищенко С. В., Лапінський І. Е. Міжнародний досвід боротьби з тінізацією економіки в умовах глобалізації. Ефективна економіка. 2013. №2 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_76
2. Задворних С.С. Фінансова політика держави у забезпеченні детінізації економіки України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08 / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2015. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis_zadvorhyh.pdf
3. Дяченко О. П. Зарубіжний досвід щодо державних механізмів детінізації економіки країн Європейського Союзу. Держава та регіони. 2017. № 3. С. 55-60.

Федорова А.В. (магістрант)

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ РОСІЇ

Протягом історії Росія та ЄС завжди були ключовими гравцями в регіоні. Однак, незважаючи на те, що обидві сторони мають величезний історичний та географічний фон, досі не існує ефективної моделі інтеграції між Росією та ЄС. Крім того, центри влади та багатства сьогодні швидко рухаються до АТЕС, що є надзвичайно важливим для партнерів, оскільки Європа втрачає свої позиції [2].

Усі заходи щодо створення єдиного економічного та гуманітарного простору від Лісабона до Владивостока диктують необхідність ефективного механізму комунікації. Більше того, нинішній європейський економічний

стан, поряд з РФ, страждає від рецесії і відчайдушно потребує нових кроків. На жаль, світова фінансова криза повністю виявила всі слабкі сторони економік ЄС та Росії, що було доведено успішною економічною експансією КНР у другій половині 2000-х рр. А також події на Сході України та ситуація з Кримом вимагає дивитись на Росію під зовсім іншим, сумним кутом [2]. Якщо подальша інтеграція між РФ та ЄС не відбудеться, обидві сторони неминуче зіткнуться з втратою своїх провідних позицій на міжнародних ринках товарів і послуг, що, як наслідок, суттєво змінить міжнародний вплив на Тихоокеанський регіон. За цих обставин постає питання про те, як слід здійснювати інтеграцію - маючи на увазі, що жоден попередній крок не був успішним із ряду політичних причин [3].

Таблиця 1

Динаміка ВВП в ЄС порівняно з попереднім роком, % [1]

Країни	2015	2016	2017	2018	2019
ЄС	2,3	-4,3	2,1	1,5	-0,3
Єврозона	2,1	-4,4	2	1,4	-0,6
Бельгія	2,3	-2,8	2,4	1,8	-0,2
Німеччина	2	-5,1	4,2	3	0,7
Греція	3,1	-3,1	-4,9	-7,1	-6,4
Ірландія	3,8	-3,1	-0,8	1,4	0,7
Іспанія	3,1	-3,7	-0,3	0,4	-1,4
Італія	1,1	-5,5	1,8	0,4	-2,2

Сучасний стан європейської економіки викликає занепокоєння і все ж не має ознак покращення через триваючу внутрішню нестабільність. Таблиця 1 показує триваючу рецесію в найбільших економіках Європи протягом останніх років: на жаль, найбільш очевидним свідченням внутрішніх проблем є те, що Греція, Іспанія, Італія, Кіпр та Португалія все ще страждають від кризи [3].

У нестабільних умовах внутрішнього європейського ринку, поряд з високим економічним дисбалансом між членами та постійною світовою фінансовою рецесією, ЄС повинен знайти новий шлях розвитку, який міг би забезпечити Європу всім необхідним. Росія може легко допомогти з цим [2].

Російська Федерація є одним з найбільших стратегічно важливих союзників. У січні - вересні 2018 року ЄС забезпечив Москві 48,8% загального зовнішньоторговельного обороту (52,8% експорту, 41,8% імпорту), що на 1% більше, ніж у 2017 році. Ці цифри роблять Росію третім за величиною імпортером ЄС після США та Китаю, четвертим найбільший експортером і третім за величиною торговим партнер [2].

Не секрет, що більшість російського експорту припадає на енергетичний та сировинний сектори (82,9%, що становить третину загального європейського імпорту цього типу). Росія йде до диверсифікації свого експорту, і ЄС хоче розширити перелік своїх постачальників енергії. Основний економічний інтерес Росії спрямований на залучення прямих інвестицій та пов'язаних з ними вимог (створення та впровадження нових технологій, підвищення якості корпоративного управління), що є покращенням для експорту. За цих обставин раціонально створити систему пільгового прямого інвестування з подальшим технологічним обміном, з можливістю регулювання інших видів інвестицій. Можливо, спільним експертом як російської, так і європейської правових систем, що регулюють умови залучення іноземного капіталу, слід зробити з метою подальшої гармонізації [3].

Пам'ятаючи, що російська сторона дуже чутлива в аспекті зміни законодавства, це може бути зроблено одночасно із реалізацією спільних проектів у пріоритетних сферах. Зважаючи на те, що російська реформа стандартизації відбувається повільно, доцільно почати працювати у галузі гармонізації російських стандартів, заснованих на європейських. Це має відбуватися паралельно із процесом спільного прийняття національних сертифікатів обох сторін. Крім того, з точки зору промислових машин, що виробляються за межами Росії, раціонально приймати європейські стандарти. Довгостроковою метою є створення російсько-європейських наукових комплексів, здатних конкурувати на міжнародних ринках, з акцентом на внутрішній сукупний попит Росії, ЄС та СНД. Співпраця між Росією та ЄС у

сфері інноваційні технології повинні стати основою для розвитку більш тісних економічних та мобільних мереж [2].

Ще одна проблема пов'язана з просуванням російських технологій у Європі. Інноваційні підприємці, які починають інтегруватися в європейське ділове співтовариство, часто намагаються перевести ЄС на всі свої активи або просто перетворити свої компанії на європейські. Але потрібно розвивати співпрацю та встановлення партнерських відносин з європейськими бізнес-лідерами, науковцями та інвесторів. У розвитку інновацій російського бізнесу малі та середні підприємства володіють найбільшою мобільністю, як показує досвід [1].

Крім того, в Росії немає значного попиту на інновації, що негативно впливає на пошук інвесторів. Для створення цілісної системи російської інноваційної економіки та її інтеграції у світову економіку неминуча точна координація урядів, бізнесу та науки [3].

Всі ці питання пов'язані між собою і спричинені однаковими помилками: по-перше, обидві сторони мають різне бачення того, як слід вести бізнес, по-друге, ЄС намагається впровадити свою правову систему в Росію, і, у свою чергу, стикається з опором. Хоча ці проблеми не впливають різко на торгівлю, але, на жаль, вони все ще блокують усі шанси на процвітаючу інтеграцію. Згадані вище проблеми не можна вирішити негайно; це займе багато часу, оскільки всі заходи повинні здійснюватися зверху вниз і, навпаки, знизу вгору, як урядам, так і компаніям (енергетичним компаніям, екологічним організаціям, науковим центрам тощо). Однак я готова запропонувати принаймні 4 можливі способи нейтралізації негативного впливу проблем:

1. Енергетика вимагає розділення цілей та ресурсів, крім того, всі цілі повинні бути чіткими та конкретними.

2. Деполяризація є дуже важливою з точки зору формування ефективної правової бази, яка допоможе урізноманітнити стосунки

3. Маючи на увазі, що поточне призначення можна охарактеризувати як аморфне; не слід поспішати з прийняттям рішень, особливо в енергійному полі, коли сторони почнуть обговорювати нову базову угоду

4. Завершення усіх бойових дій на території України.

Список літератури:

1. Экономический консультант – URL: <http://vlant-consult.ru>
2. Россия — Европейский союз: возможности партнерства – URL: <https://russiancouncil.ru/common/upload/Russia-EU-11.pdf>
3. VECTOR OF THE EU AND RUSSIA INTEGRATION IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT – URL: <https://www.researchgate.net/publication/269521214>

Федько В.Р. (магістрант)

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ХХІ СТОЛІТТІ: МЕХАНІЗМИ, ФОРМИ, РЕГУЛЮВАННЯ

Зовнішньоекономічна діяльність сьогодні розглядається як важливий сектор національної економіки, що має значний вплив на економічний розвиток країни. В даний час практично немає галузі, яка прямо чи опосередковано не мала б контактів із зовнішніми ринками. Швидко розвиваються прямі зв'язки та створюються спільні підприємства, зростає кількість бартерних операцій. У цих умовах проблеми ефективності міжнародної економічної діяльності набувають все більшого значення.

Для ефективної роботи на зовнішніх ринках потрібно дуже гнучке використання різних маркетингових методів з урахуванням коливань ринку та прогнозу розвитку зовнішніх ринків, торгових звичаїв та особливостей навколишнього маркетингового середовища. Особливо важливо враховувати специфічне соціальне та культурне середовище, оскільки товари, які байдужі до покупців в одній країні, можуть бути досить важливими для покупців в іншій країні. Крім того, при доступі на зовнішній ринок додатково доводиться аналізувати митні правила, курси валют тощо. Основним

мотивом виходу фірм на зовнішні ринки є міжнародні ринки. Отже, багато найбільших фірм мають більше половини доходу від продажів за кордоном. [4]

Таким чином, успіх або невдачі у зовнішній торгівлі значною мірою пов'язані з конкурентоспроможністю та пропозицією на світовому ринку товарів.

Активне проникнення на міжнародні ринки Американські, японські, західноєвропейські компанії перетворили світовий ринок на арену бурхливих битв та гострого суперництва. Це пояснює важливість того, що стратегією міжнародної маркетингової політики є досягнення конкурентних переваг.

Регулятивний механізм міжнародної економічної діяльності складається з суб'єктів різного рівня впливу – національних, спеціалізованих, міжнародних, методів та інструментів, які є специфічними для кожної сфери міжнародної економічної взаємодії.

До основних форм міжнародної економічної діяльності можна виділити такі [1, 5]:

1. міжнародна торгівля товарами;
2. надання міжнародних послуг;
3. транскордонний рух капіталів;
4. міжнародний кредит;
5. міжнародні валютно-фінансові відносини;
6. міжнародна міграція робочої сили;
7. участь у діяльності міжнародних економічних організацій, конференціях;
8. міжнародне співробітництво у виробничих, науково-технічних сферах;
9. спільне розв'язання економічними засобами глобальних проблем розвитку.

Перераховані вище форми, дозволяють розширювати власний потенціал країни та брати досвід, приклад в інших. Завдяки цьому в Україні по троху почала розвиватись КСВ. Попри все, форми надають можливостей виходу на

нові ринки та доступ до різних товарів можливо навіть за кращою ціною, потенціал для закордонної практики та міжнародного обміну студентами.

Сучасна система регулювання міжнародного економічного обміну діє за десятиліттями відпрацьованими механізмами. Так, у міжнародній торгівлі це – тарифні й нетарифні методи та інструменти – ліцензії, квоти, компенсаційні та антидемпінгові податки; у міжнародному інвестуванні – обмежувальні чи національні режими інвестиційної діяльності та методи стимулювання іноземних інвесторів – політико-правові, дипломатичні, фіскальні, фінансові, організаційно-економічні; у валютно-фінансовій сфері – валютний режим та курс, валютні обмеження, процентні кредитні ставки, порогові значення зовнішнього фінансування та заборгованості тощо; у міжнародній трудовій міграції – еміграційні та імміграційні норми і правила. Регулювання здійснюється на національному, міжнародному (дво- і багатосторонньому), наднаціональному (у межах інтеграційних міждержавних утворень) та глобальному рівнях[3].

З погляду регулятивної системи значення має процес глобалізації ринків – уніфікація споживчих привілеїв і поширення у всесвітньому масштабі глобальних брендів (товарні ринки), стандартизація на новітній інформаційній основі технологій ведення міжнародного бізнесу (інвестиційно-фінансові та валютні ринки); це суттєво впливає на дієвість державних регулятивних функцій, з одного боку, нівелюючи їх, а з другого – активізуючи, оскільки інші суб'єкти глобального бізнесу (транснаціональні корпорації, регіональні економічні інтеграційні угруповання, міжнародні організації) не здатні ефективно регулювати глобальні торговельно-економічні процеси у контексті реалізації національних інтересів [2].

В підсумку можна сказати, що зовнішньоекономічна діяльність реалізується як на рівні держави, так і на рівні окремих суб'єктах господарювання. У першому випадку зовнішньоекономічна діяльність спрямована на створення міждержавних основ співпраці, створення

правових, торгових та політичних механізмів що стимулюють розвиток та підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Відмінною особливістю 21 століття є значний вплив COVID-19 на всі сфери економічного, соціально та навіть правового середовища. Оскільки в деякій мірі скоротились відносини між країнами через загрозу епідемії. Великі, малі підприємства, ТНК впроваджували свою політику щодо функціонування та були змушені відповідно свого кодексу КСВ замінити прихід в офіс дистанційною роботою. Згідно етики праці та кодексу прав працівників.

Майже всі відомі підприємства виокремили пункт на своєму сайті щодо коронавірусу, в якому прописані всі необхідні заходи та правила застережень. Оскільки деякі світові гравці не можуть дозволити собі працювати з дому, через специфіку своєї роботи, бо через припинення своєї діяльності їхнє економічне становище може зазнати краху.

Список літератури:

1. Класифікація форм міжнародної економічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naukport.livejournal.com/5942.html>
2. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації / О.С. Шнипко. – К.: Наукова думка, 2003.
3. Вернюк Н.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / Н.О. Вернюк, Л.В. Клименко, І.М. Новак; Уман. нац. ун-т садівництва. – Умань : Сочінський [вид.], 2012. – 322 с
4. WTO reports // Режим доступу: <http://wto.org>.
5. ІНКОТЕРМС'2010. Офіційні правила тлумачення торговельних термінів Міжнародної торгової палати. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jimex.kg/d/507991/d/incoterms-2010.pdf>

Фернега Р.В. (магістрант)

РЕГІОНАЛЬНІ АСИМЕТРІЇ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Економічні явища і процеси, що відбуваються в глобальній економіці, не можуть перебувати в стані рівноваги. Більш того, під впливом трансформаційних змін в глобальній економіці накопичуються асиметрії,

порушуючи рівновагу, створюючи певний дисбаланс в його розвитку. Асиметричність є характерною рисою глобалізації і, як наслідок, світового економічного розвитку. Можна стверджувати, що визначальною рисою сучасного періоду економічного розвитку є значне зростання масштабів, серйозне загострення і поглиблення протиріч світової економіки.

Протиріччя зачепили й асиметрії глобального економічного розвитку, та мають два аспекти. Перш за все, він є позитивним, оскільки саме через нерівномірність створюються умови для високих темпів економічного розвитку регіонів-лідерів, підтягування до більш високого рівня розвитку відстаючих регіонів [1]. По-друге, це перманентний конфлікт інтересів економічних суб'єктів світового господарства, наприклад, між транснаціональними корпораціями (ТНК) і державами, міжнародними організаціями, регіональними інтеграційними об'єднаннями. Поряд з цим дії глобальних гравців (ТНК і деяких розвинених країн), спрямовані на обмеження можливостей реалізації економічних інтересів економік, що розвиваються і ринків, що формуються, завжди викликають закономірну протидію з боку останніх. Разом з тим існуюча глобальна інфраструктура міжнародної взаємодії дуже рухлива і розвивається досить асиметрично[2].

Характерною рисою сучасних процесів глобалізації стало посилення регіональних протиріч, які перестали носити локальний характер і, в багатьох випадках, рішення даної проблеми перемістилося на наднаціональний рівень. Це призвело до формування принципово нових підходів у регулюванні диспропорційності і відходу від політики нівелювання, при якій штучно стримувався розвиток одних регіонів і стимулювався розвиток інших. Досить часто механізми підтримки та стимулювання розвитку депресивних регіонів зводиться до розподілу і перерозподілу бюджетного фінансування [2].

Значну увагу вчені приділяють стандартам та критеріям досягнення сталого регіонального розвитку. Ці питання докладно висвітлені у працях Сітнікова Н.П., Шевчук В.Я. та інших науковців. Проблемам регіонального розвитку та дослідженню просторових нерівностей присвячено наукові праці

таких вчених: Благун І.С., Солтисік О.О., Геєць В.М., Клебанова Т.С., Кизим М.О., Гур'янова Л.С., Жилєнкова М.М. та ін. Однак, не зважаючи на вагомий напруження, дослідження просторових структур регіонів залишаються й надалі актуальними, особливо у контексті адаптації до стандартів ЄС і прийняття відповідних управлінських рішень.

Найбільш яскраво асиметрія регіонального розвитку на національному рівні (рівні країни) спостерігається, наприклад, в Китаї та Індії, де поряд з економічно розвиненими регіонами, які показують високі темпи зростання, де кожні 26 хвилин відкривається нова фабрика з іноземними інвестиціями, існують регіони з середнім доходом 1 дол. США в день і суттєві диспропорції в доходах між різними категоріями населення, так, мешканці міст в Китаї заробляють в 3,5 рази більше, ніж сільські жителі. [3, с. 5].

За останні десятиліття зростання нерівності доходів в світі, за рахунок асиметричного розвитку світової економіки набуло загрозливих розмірів. Цьому можна знайти підтвердження в фундаментальному дослідженні лауреата Нобелівської премії Дж. Стігліца[4]: «Показники нерівності останнього часу досягли загрозливого рівня ... нестабільність останніх років тісно пов'язана з набранням обертів зростаючої нерівності».

Асиметрії глобальної економіки можна простежити при порівнянні показника ВНД на душу населення, обчисленого за паритетом купівельної спроможності (ПКС). За даними на 2015 р. розрив між найвищим і найнижчим значенням даного показника по ППС був досить значним - 235: 1 (в Катарі \$ 140 720 проти 600 в Центрально-Африканській Республіці).

У групі країн з високим рівнем доходу середнє значення даного показника в 2015 р склало \$ 42 564,3, що в 27,7 рази вище, ніж середній показник в країнах з низьким рівнем доходів (1 535,1).

Виклики, з якими стикаються країни, що розвиваються і ринки, що формуються, ще більш значні. Зростання нерівності, безсумнівно, очевидне в Китаї і Індії. Індекс GINI виріс: в Китаї з 29 в 1981 р до більш ніж 42 в 2010 р, в Індії - з 31 в 1983 р до 34 в 2009 р. В Аргентині індекс GINI на початку 90-х

років минулого століття становив 47, який стабільно зростав до 2003 р, досягнувши значення 54. Проте до 2013 р його значення знизилося до 42. Не секрет, що в цих та інших країнах, що розвиваються зміни в рівні нерівності пов'язані з міжнародними правилами гри (в тому числі диктуються ТНК), які не підвладні окремим країнам.

Отже, потрібен прагматизм, який повинен спиратися на нові економічні погляди. Це дозволить комплексно вирішувати нові, відмінні від існуючих в попередні епохи економічні завдання, що з'явилися в результаті глобалізації.

Список літератури:

1. Тищенко О. П. Регіональні диспропорції: сутність, методологія, визначення та оцінка / О. П. Тищенко // Економічна теорія. – 2011. – № 4. – С. 55–64.

2. Глобальне регулювання економіки: сучасний потенціал та можливості трансформації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=28520&p=attachment>

3. Азійський прорив: висновки для України // Києво-Могилянська академія. Бізнес-Студія. Журнал з менеджменту. - 2016 р. №16. – с. 70.

4. «Ціна нерівності. Чим розшарування суспільства загрожує нашому майбутньому». М., 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://library.asue.am/books/3349.pdf>

Фомічов О.О. (магістрант)

МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Механізми глобалізації, що впливають на трансформацію світової економіки, являють собою причинно-наслідкові зв'язки, які відображають глибокі якісні та кількісні зміни у її структурі. В нашому випадку, причинами виступають явища і процеси економічної глобалізації, а наслідками – трансформація світової економічної системи.

Одним із ключових механізмів є покращення доступу людства до швидкого і безперешкодного обміну інформацією, зростання масштабів освоєння та імплементації інформаційних технологій завдяки впливу інформаційної революції – глобального стійкого процесу зростання

можливостей доступу, обробки, аналізу і передачі великих обсягів даних в результаті розвитку мікроелектроніки, комп'ютерів і смартфонів, телекомунікаційних технологій, програмного забезпечення, мобільних додатків та ін. технологій. Статистика підтверджує, що частка домогосподарств, які мають доступ до комп'ютерів, в середньому по світу суттєво зросла – з 27,3% в 2005 до 49,7% в 2019, доступ до інтернету, в середньому по світу також суттєво покращився до 57% в 2019 році з 13,4% в 2002. %. Крім того, розвиток інформаційних технологій сприяє активному зростанню електронної комерції (до 2022 року очікується зростання ринку до 6,54 трлн доларів, 22% від усіх роздрібних продажів), а також позитивно відображається на обсягах експорту інформаційних технологій і послуг [1].

Багато вчених сходяться у тому, що не менш важливим механізмом глобалізації є прискорення доставки товарів та перевезення пасажирів (в т.ч. і робочої сили як фактору виробництва) і зниження вартості транспортно-логістичних послуг завдяки розвитку інфраструктури всіх видів транспорту автомобільного, залізничного, авіаційного та морського. Прискорення обігу ресурсів веде до скорочення операційного циклу і зростання ефективності роботи компаній, галузей, економік.

Наступним механізмом, який змінює світовий економічний устрій, а саме сприяє поглибленню міжнародної виробничої спеціалізації та кооперації, є розвиток вторинного сектору економіки. Впровадження досягнень науково-технічного прогресу в реальних секторах економіки призвело до того, що технологічний процес певних виробництв став більш складним і не міг функціонувати в межах окремих країн. Почали формуватися регіональні та глобальні ланцюги створення вартості, які є технологічно та економічно цілісними, незважаючи навіть на географічну віддаленість. Аналіз ЮНІДО свідчить, що за останні 30 років значно збільшилася частка світового експорту деталей та проміжних товарів усіх галузей економіки при одночасному зменшенні експорту готових товарів [2].

Важливим механізмом трансформації світової економіки є значна активізація діяльності транснаціональних корпорацій, яка веде до суттєвих позитивних і негативних наслідків. З початку створення ТНК в 50х роках минулого століття до початку 21 століття було створено більше, ніж 70 тис. ТНК, у яких працювали близько 80 млн. осіб, при цьому кожна з них здійснювала свої операції на території понад шести країн. Загальна кількість зарубіжних філій наближалася до мільйона, а 80-90% штаб-квартир були розташовані на території розвинутих країн [3, с.736].

Зростання залежності економік країн відбувається, в тому числі, за рахунок формування стійких фінансових відносин внаслідок процесів нагромадження капіталу багатонаціональними компаніями, державами, міжнародними фінансовими інституціями, інвестиційними фондами, банками та небанківськими фінансовими установами. В першу чергу, цьому процесу сприяла лібералізація національних фінансових та капітальних ринків в поєднанні з іншими процесами глобалізації. Масштабність впливу цього явища підтверджує той факт, що загальний обсяг всіх фінансових активів у світі (капіталізація ринків цінних паперів, корпоративних та державних облігацій, позик і кредитів) за даними компанії МакКінзі збільшився з 12 трильйонівдоларів в 1980 до 206 трильйонів доларів в 2007 році. У відношенні до глобального ВВП цей показник зріс з 120% до 355%, хоча приріст зараз значно сповільнився [4].

Серед інших важливих механізмів глобалізації варто відзначити створення регіональних інтеграційних економічних угруповань, таких як ЄС, НАФТА, АСЕАН, МЕРКОСУР та деяких інших. Їх діяльність спрямована на підвищення торгової інтеграції в регіоні, створенні сприятливих умов для розвитку приватного сектору, розвитку інфраструктурних програм, розвитку потужних державних інституцій та ефективного управління, скорочення соціальної нерівності та розвиток інклюзивного громадянського суспільства, забезпечення миру і безпеки в регіоні, створення програм захисту довкілля на регіональному рівні, посилення конкурентоспроможності регіону та

зростання його кооперації з іншими регіонами. За різними оцінками, обсяг міжнародної торгівлі в рамках таких угод складає понад третину обсягів світової торгівлі.

Список літератури

1. Статистика Міжнародного союзу телекомунікації (ITU):<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/default.aspx>
2. Статистика ЮНІДО: <https://stat.unido.org/>
3. Історія економіки та економічної думки: навч. посіб. / [С.В.Степаненко, С.Н.Антонюк, В.М.Фещенко, Н.О.Тимочко] ; за ред. проф. С.В.Степаненка. – К.: КНЕУ, 2009
4. Дослідження McKinseyGlobalInsitute: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/financial-markets#>

Щеголькова Л.К. (магістрант)

ГЛОБАЛЬНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КРАЇН СКАНДИНАВСЬКОГО РЕГІОНУ

Актуальність дослідження глобальної конкурентоспроможності країн Скандинавського регіону визначається тим, що в умовах глобальних дисбалансів і кризи COVID-19 майбутні конкурентні позиції цих країн залишаються вкрай невизначеними, оскільки в найближчому майбутньому зберігаються серйозні ризики навіть для країн - ключових інноваторів. Стратегічні шляхи, які сьогодні реалізують високорозвинені держави Європи можуть стати прикладом і для українського уряду, який у короткий час хоче реформувати економіку України.

В західній економічній думці до цих пір не має універсального загально визнаного визначення поняття глобальної конкурентоспроможності національної економіки. За визначенням міжнародного Інституту розвитку менеджменту: «глобальна конкурентоспроможність – це здатність держави створювати і підтримувати умови, які сприяють появі конкурентоспроможного бізнесу» [2]. За визначенням експертів Всесвітнього економічного форуму « це набір інститутів, політики і чинників, які визначають рівень продуктивності країни» [5].

Базовою концепцією аналізу глобальної конкурентоспроможності країн, була теорія запропонована М. Портером, у якій в якості детермінант конкурентоспроможності були: факторні умови; умови внутрішнього попиту; стратегія і структура фірм і суперництво; суміжні і обслуговуючі галузі [1]. Таким чином, під глобальною конкурентоспроможністю країни розуміється інтегральний відносний показник, який відображає рівень ефективності виробництва, розподілу, реалізації товарів та послуг як всередині держави, так і за її межами для збільшення власного економічного потенціалу та якості життя населення країни. Однак сучасні економічні дослідження пропонують 12 детермінант, що визначають конкурентоспроможність економіки, саме на них базується і оцінка глобальної конкурентоспроможності країн Всесвітнього економічного форуму [2, 5].

Бенчмаркінг глобальної конкурентоспроможності країн Скандинавського регіону за методикою Всесвітнього економічного форуму дозволив визначити сильні та слабкі позиції цих держав (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка глобальної конкурентоспроможності 4.0. країн Скандинавського регіону у 2019 р.

Показники	Швеція		Данія		Фінляндія		Норвегія	
	Оцінка	Ранг	Оцінка	Ранг	Оцінка	Ранг	Оцінка	Ранг
Загалом	81,25	8	81,17	10	80,25	11	78,05	17
Установи	75	10	77,4	7	81,2	1	76,9	8
Інфраструктура	84	19	87,1	15	83,4	22	75,8	44
Прийняття ІКТ	87,8	4	83,3	9	80,1	13	83,1	10
Макроекономічна стабільність	100	1	100	1	100	1	100	1
Здоров'я	96,6	11	92,6	29	93,0	27	94,5	20
Навички	83,7	7	85,7	3	85,7	2	83,8	6
Товарний ринок	66,3	16	66,9	12	66,3	15	60,9	36
Ринок праці	69,4	22	78,2	3	71,5	17	73,3	13
Фінансова система	88,0	8	86,8	11	89,7	5	82,0	20
Розмір ринку	65,4	40	59,9	55	57,8	60	61,4	50
Динамічність бізнесу	79,4	6	80,0	3	78,1	7	76,9	11
Інноваційні можливості	79,1	5	76,2	11	75,8	12	68,0	20

Джерело: складено автором на основі «The Global Competitiveness Report»

Швеція за Індексом глобальної конкурентоспроможності 4.0. є лідером серед країн Скандинавського регіону (8-е місце) та 4 економікою в Європі.

Данія зайнявши десяте місце, поліпшила свої позиції в 2019 р. по 10 з 12 показників, при цьому її фінансова система і установи досягли найбільшого прогресу. Данія також отримує вигоду з стабільної економіки, сучасних навичок, надійного ринку праці (3-є місце) і широкого впровадження ІКТ. Фінляндія залишається на одинадцятому місці, та має сильні позиції по таких напрямках оцінки, як установи (1-є місце) та навички (2-місце). Норвегія знизилась у рейтингу на одне місце в порівнянні з 2018 р. та займає 17-те місце.

Відмінними рисами скандинавської моделі держави добробуту є прийняття державою на себе відповідальності щодо забезпечення соціальних потреб населення, визнання добробуту правом кожного громадянина, активна державна політика на ринку праці з орієнтацією на забезпечення повної зайнятості, порівняно рівномірний розподіл доходів завдяки високим податкам. Якщо в цілому, проаналізувати країни Скандинавського регіону то низький рівень корупції, безкоштовна освіта і ефективна система охорони здоров'я, захист прав приватної власності, та соціальна захищеність демонструють їх високий конкурентний статус.

Стратегія країн Скандинавського регіону спирається на такі ключові пріоритети, які покликані підсилювати один одного:

по-перше, розумне зростання і розвиток економіки, яка базується на знаннях та інноваціях;

по-друге, сталий розвиток і сприяння більш ефективному використанню ресурсів;

по-третє, інклюзивне зростання та високий рівень зайнятості, що забезпечує економічну, соціальну та територіальну згуртованість.

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що проблемними місцями є стан ринку праці, працевлаштування, жорстка податкова політика та високий рівень цін, а сильними сторонами країн Скандинавського регіону є система охорони здоров'я і медичного обслуговування. Отже, більшість країн скандинавського регіону входить у

топ 10 найконкуrentніших в світі, успіхи їх у соціально-економічному розвитку в значній мірі пов'язані із забезпеченістю сучасною інфраструктурою, низьким рівнем корупції, а також інноваційним розвитком.

Для підвищення конкурентної позиції України, яка зокрема погіршилась у 2019 р. з 83-го до 85-го місця, на наш погляд, необхідно запропонувати розробку нової стратегії нарощення глобальної конкурентоспроможності України до 2050 року, що включає напрямки реформування системи охорони здоров'я; кардинальній модернізації промисловості на основі новітніх технологій 4.0 та 5.0, використання проєктів енергозбереження та підвищення ефективності роботи агропромислового комплексу; нарощення рівня інноваційної спроможності регіонів, міст та розвиток конкурентного підприємницького середовища.

Список літератури:

1. Портер М. Конкуренция: Пер с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. — 495 с.
2. IMD World Competitiveness ranking 2020 — URL: https://www.imd.org/contentassets/6333be1d9a884a90ba7e6f3103ed0bea/wcy2020_overall_competitiveness_rankings_2020.pdf
3. Implementing Norway's National Action Plan 2019-2022. Annual report 2019. — URL: https://www.regjeringen.no/contentassets/1e3345054cdd4fa1_ad7c915dd0ef673d/norway-annual-report-wps-2019-2022-final.pdf
4. Sweden's National Reform Programme 2020 // An official website of the European Union — URL: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2020-european-semester-national-reform-programme-sweden_en.pdf
5. The Global Competitiveness Report 2019 // Insight Report — URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport2019.pdf

Тямушева В. М. (магістрант)

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЯХ

Управління персоналом – це процес здійснення кадрової політики – від наймання, навчання, призначення на посаду до звільнення від обов'язків і виходу на пенсію. Метою цієї діяльності є забезпечення необхідної кількості людей з правильним поєднанням навичок, досвіду, віку та посадового рівня, які необхідні для функціонування необхідної структури[1].

У сучасних умовах керівники корпорацій все більше починають цінувати працівників не лише за їх професіоналізм, а й за їх потенціал до розвитку та бажання просувати компанію на вищі щаблі світових рейтингів.

Західні ТНК приділяють велику увагу кваліфікаційному росту талановитих фахівців. Практика відправлення на курси підвищення кваліфікації застосовується в різних закордонних філіях ТНК, де відбувається розвиток управлінських якостей працівників, вміння приймати і впроваджувати прогресивні рішення. Так, наприклад, за результатами аналізу практики управління персоналу в компанії «Philips», було встановлено, що висока зарплата здатна стимулювати працівника тільки на короткостроковий період, тоді як підвищення кваліфікації - на термін до року, а можливості необмеженого зростання кар'єри мотивує на довгі роки ефективної і стабільної роботи в компанії [2].

Американські ТНК використовують широкий спектр нефінансових винагород, до яких відносяться:

- корпоративні заходи подій або свята;
- екскурсійні та заміські поїздки за рахунок коштів компанії;
- винагороди у вигляді різних відзнак і нагрудних знаків компанії.

В останні роки в США проявляється тенденція застосування заохочень у вигляді «пакету послуг». В даному випадку працівник вибирає з усього набору винагород найбільш пріоритетні для себе форми заохочення. Крім нефінансових і матеріальних винагород, багатьма компаніями в США, такими, як, наприклад «UnitedAirlines», «IBM», «Procter&Gamble» та ін.,

В останні кілька років в більшості американських ТНК широке використання отримало делегування, коли частина повноважень і відповідальності за прийняття рішень передається працівникам, що заслуговують на довіру.

Важливою особливістю управління персоналом в корпораціях США є надання самостійності своїм закордонним філіям. Найбільш інтенсивно в

корпораціях США опрацьовують такі напрямки в області управління персоналом як:

- управління персоналом залежить від попиту на ринку готової продукції;
- випадкових факторів зміни технологічних укладів;
- в корпораціях застосовуються нові напрямки управління персоналом, всіляко регулюється діяльність з добору, підготовки, підвищення кваліфікації, а також вдосконалення системи оплати праці.

Для країн Європи характерно поширення практики партнерських відносин між працівниками і підприємцями, тобто участь персоналу в прийнятті управлінських рішень. В країнах ЄС отримали розвиток виробничі кооперативи і державні підприємства [2].

Надержавних підприємствах підлеглі беруть активну участь в управлінні виробництвом. Наочним прикладом такого партнерства можуть служити об'єднання з розробки соціальних планів, консультаційні комітети робітників.

Характерною рисою менеджменту в корпораціях Фінляндії є так зване «управління за результатами», тобто коли менеджмент компанії спільно з працівниками визначає цільові результати [2].

В Австрії, Голландії, Данії, Люксембурзі та Швеції законодавчо регламентовано участь працівників в Раді директорів компанії з правом голосу. Також вони можуть брати участь у вирішенні соціальних проблем. Наприклад, у Франції, в радах директорів працівники мають своїх представників, але без права голосу в прийнятті рішень.

В усьому світі потенційною проблемою управління персоналом виявляють поділ робочих місць між молодим і старшим поколінням працівників. Підготовка молодого покоління робочої сили оцінюється низьким рівнем досвіду, необхідною кваліфікацією для виконання високотехнологічних робіт. Відсутність кваліфікації і досвіду позначається на ефективності діяльності корпорації, які несуть значні втрати внаслідок

виконання робіт нижчої якості і продуктивності, що призводить до великого зростання кількості скарг з боку споживачів. Кадрові ресурси стали важливим центром для забезпечення кваліфікаційної освіти і вимагають значних витрат з боку компаній, корпорацій, підприємств і участі урядових органів [3].

Отже, одним з найважливіших аспектів успішної діяльності підприємства є створення ефективної системи управління персоналом. В основі управлінської діяльності організації завжди лежать принципи, методи і форми управління, що передбачають вплив на людські інтереси шляхом економічного, психологічного або адміністративного управління. Методи управління персоналом в компаніях різних країн значно відрізняються один від одного, що пояснюється культурними особливостями, які надають свій вплив на всі сфери життя.

Список літератури:

1. Гарі Букур-Марку, Філіпп Флурі, Тодор Тагарев Оборонний Менеджмент: Ознайомлення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://docplayer.net/67377192-Gari-bukur-marku-filipp-fluri-todor-tagariev-oboronniy-menedzhment-oznayomlennya.html>
2. Іолкін Д. А. Удосконалення систем управління персоналом в транснаціональних корпораціях в умовах глобалізації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dslib.net/economika-mira/sovershenstvovanie-sistem-upravlenija-personalom-v-transnacionalnyh-korporacijah-v.html>
3. Казарян І.Р. Ткачук Є.К. Огляд зарубіжних моделей управління персоналом [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://7universum.com/ru/economy/archive/item/6031>

Царінная А.А. (магістрант)

ДЕОФШОРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Ухилення від податків та відмивання незаконних капіталів створило явище офшорних зон у світі. Сприятливий офшорний режим приваблює підприємців, але зменшує надходження до державного бюджету національних економік, тим самим погіршуючи стан розвитку країн.

Український бізнес та український бенефіціар іноземних компаній веде бізнес не за прозорою схемою, не проводиться фіксація реальної бізнес мети, а також наповнення кожної компанії групи економічною сутністю. Бізнес-компанії не мають реального офісу та інші елементи реального бізнесу, а мають лише юридичну адресу. Постає питання розв'язання цієї проблеми, шляхом узгодження прогалин у міжнародному законодавстві. Світовим товариством розроблено ряд інструментів, спрямованих на викорінення розповсюджень офшорних практик. А національні економіки імплементують їх до системи національного законодавства. Україна теж долучилася до процесу регулювання діяльності компаній з українським капіталом в офшорних зонах [1].

Офшорні юрисдикції користувались підвищеним попитом серед українського бізнесу. В ланцюгу від України до офшорної компанії зазвичай використовували юрисдикцію з більш солідною репутацією. Переважно це був Кіпр, але також поширеним було використання Нідерландів, Великої Британії тощо. Вибір цих юрисдикцій був обумовлений наявністю двосторонньої конвенції з Україною про усунення подвійного оподаткування, яка б передбачала низькі ставки на пасивні доходи (проценти, дивіденди, роялті) та дозволяла не оподатковувати в Україні доходи від продажу певних активів (наприклад, цінні папери, корпоративні права тощо). Таким чином, використання офшорів дійсно дозволяло мінімізувати оподаткування компаній. Але в частині особистих доходів ця схема виглядала як суцільне ухилення від податків [2].

У 2013 році організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) ознаменувала закінчення ери «несплати податків».

Глобальний План дій по протидії розмиванню бази оподаткування та переміщенню прибутків - Base erosion and Profit Shifting (BEPS). Це глобальний проект по боротьбі з ухиленням від оподаткування та виведенням грошей в офшори, який передбачає системні заходи спрямовані, зокрема, на боротьбу з зловживаннями, пов'язаними з використанням спеціальних

режимів оподаткування, та застосуванням конвенцій про уникнення подвійного оподаткування [3]. Сам BEPS вже давно вийшов за межі ОЕСР. Заходи передбачені Планом, на сьогодні прийняли 129 країн, а ще 87 заходяться в черзі на впровадження, таким чином поширивши її на Угоди про уникнення подвійного оподаткування доходів та майна та попередження податкових ухилень (далі – Угоди про оподаткування). Ратифікувавши Конвенцію MLI, Україна поширила її дію на 76 Угод про оподаткування. На сьогодні, однак, лише половина з цих Угод зазнає змін після набуття Конвенцією чинності для України. Це пояснюється тим, що для того, аби визначити, чи застосовують Конвенцію MLI до конкретної Угоди про оподаткування.

Серед договорів, що перелічені Україною як Угоди про оподаткування, на які поширюється дія Конвенції, є такі угоди [4]:

- на які поширюватиметься Конвенція MLI, оскільки вони перераховані як Україною, так і відповідною Договірною юрисдикцією як Угоди про оподаткування, на які поширюється дія Конвенції;

- на які не поширюватиметься Конвенція MLI, оскільки відповідна договірна юрисдикція взагалі не підписувала Конвенцію MLI. Це Угоди про оподаткування з такими країнами, як: США, Алжир, Азербайджан, Білорусь, Бразилія, Куба, Іран, Йорданія, Киргизстан, Ліван, Лівія, Македонія, Молдова, Монголія, Чорногорія, Марокко, Сирія, Таджикистан, Таїланд, Туркменістан, Узбекистан, В'єтнам. На ці Угоди про оподаткування поширюватиметься Конвенція MLI, коли ці країни підпишуть і ратифікують Конвенцію MLI згідно зі своїм національним законодавством;

- на які не поширюватиметься Конвенція MLI, оскільки відповідні Договірні юрисдикції не включили угоди з Україною до переліку Угод про оподаткування, на які поширюється Конвенція MLI. Це Угоди про оподаткування з такими країнами, як: Об'єднані Арабські Емірати, Австрія, Грузія, Німеччина, Індонезія, Японія, Кувейт, Малайзія, Мальта, Нідерланди, Норвегія, Саудівська Аравія, Іспанія та Швейцарія.

Незважаючи на істотні кроки, які були здійснені українським урядом на шляху деофшоризації, проте це лише початок. Так, поза увагою залишилась Багатостороння конвенція про співпрацю між компетентними органами з питань автоматичного обміну інформацією за стандартом CRS (Multilateral Competent Authority Agreement/МСАА). Вона так і не була підписана. Тому процес деофшоризації не втрачає своєї актуальності для досягнення бажаного стану української економіки.

Список літератури:

1. Кухарик В., Фаримець В. Сучасний стан розвитку офшорного бізнесу у світі. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2020. № 1 (7). С. 21–40. URL: <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2020-01-21-40>
2. Світ прощається з офшорами: Україна на черзі. *Економічна правда*. 2019. 21 жовт. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/offshore/2019/10/21/652665/> (дата звернення 09.11.2020)
3. Україна і план BEPS: чому офшори відходять у минуле. *Економічна правда*. 2019. 29 жовт. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/offshore/2019/10/29/652879/> (дата звернення 09.11.2020)
4. Чернопаштан А. Що таке Конвенція MLI та яка мета її розвитку? *Ліга закон*. 2019. URL: https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001893 (дата звернення 10.11.2020)

Чужик А.В. (магістрант)

СУЧАСНА КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦІЯ КОМПАНІЇ СОСА-COLA НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Динамічний розвиток сучасного ринку харчової продукції вимагає від глобальних корпорацій гнучкості та стратегічного розвитку. Падіння світової економіки негативно позначилося на фінансових результатах та вартості брендів корпорацій на цьому ринку [1, с.121].

Компанія Соса-Солa провадить свою діяльність на світовому ринку продуктів харчування та напоїв вже понад 130 років. Основними гравцямиданого ринку є Nestle (Швейцарія, річний дохід за 2020 р. - 76.802 млрд дол), PepsiCo (США, 67.161 млрд дол), Anheuser-BuschInBev

(Бельгія, 52.329 млрд дол), JBS (Канада, 48.795 млрд дол), TysonFoods (США, 42.405 млрд дол), Mars (США, 37.63 млрд дол), Coca-Cola (США, 37.266 млрд дол), ArcherDanielsMidland (США, 32.951 млрд дол), Cargill (США, 31.7 млрд дол), Danone (Франція, 28.322 млрд дол) [3].

Ринок безалкогольних напоїв є надзвичайно конкурентоспроможною галуззю, на якому діють два гіганти: TheCoca-ColaCompany і PepsiCoInc. У сукупності ці компанії займають близько 70% ринку газованих напоїв. DrPepperSnappleGroup, Inc., MonsterBeverageCorporation, andCottCorporation— деякі інші гравці даного сегменту.

Бренд Coca-Cola залишається одним з найцінніших брендів у світі, вартість якого в 2019 р. склала 63,3 млрд дол США. У 2020 р. Coca-ColaCompany займає вже 6 місце в глобальному рейтингу брендів з капіталізацією близько 56,9 млрд дол США, а за рік бренд ТНК втратив близько 10%, що вказує на нагальну потребу перегляду конкурентної стратегії Coca-ColaCompany [5].

Імідж компанії підтримується не лише за допомогою традиційних рекламних засобів, а й соціальних мереж. Станом на квітень 2019 р. він посідає п'яте місце у Facebook за кількістю шанувальників із понад 100 млн осіб. Канал Coca-Cola на YouTube був настільки ж популярним, що отримав приблизно 2,35 млрд переглядів, накопичених каналом [7].

2020 рік мав стратегічний негативний вплив на результативність та конкурентний статус компанії Coca-Cola на світовому ринку. Чистий дохід зменшився на 9% - до 8,7 млрд дол США. Органічні доходи (поза GAAP) зменшились на 6%. Ефективність доходів включала зниження продажів концентратів на 4% та зниження ціни на 3%. TheCoca-ColaCompany повідомила про покращення тенденцій у операційній діяльності, при цьому відбулось зниження доходів порівняно з 2019 р., спричинене постійним тиском на канали, які є частково компенсованими стійким зростанням каналів дистрибуції, що знаходяться в США. Операційна націнка Coca-ColaCompany, яка включала елементи, що впливають на порівнянність,

становила 26,6% проти 26,3% у 2019 р., тоді як порівнянна операційна націнка (поза GAAP) становила 30,4% проти 28,1% у 2019 р. Збільшення операційної рентабельності Coca-Cola в основному було зумовлене ефективним управлінням витратами, частково компенсованим тиском температурної та негативними впливами зміни курсу валют [6].

У 2019 р. частка американського ринку Coca-Cola становила 43,7%. За останні шість років Coca-Cola витрачала на рекламу у всьому світі в середньому 4 млрд долСША на рік. Витрати в США становлять понад 20% від цих витрат, загалом 913 млн дол США в 2018 р. Безалкогольні напої все ще склали переважну більшість обсягів продажів Coca-Cola у 2019 р. Компанія витратила 377 млн дол США на рекламу свого флагманського бренду Coke у 2017 р., більше, ніж будь-яка інша марка безалкогольних напоїв у США у тому році [7].

Отже, згідно з вищенаведеною інформацією, в сучасному існуючому конкурентному середовищі на ринку виникає реальна загроза переходу компаніїCoca-Cola зі стадії зрілості в стадію занепаду, через активні дії зі сторони компаній конкурентів, що пропонують майже аналогічну продукцію. Це вимагає постійного розвитку та вдосконалення, інвестицій в технології, а також слідування тенденцій на господарському ринку. Масштаби виробництва та представництва по всьому світу і достатній обсяг капіталу дозволяє компанії бути гнучкою у своїй політиці та стратегії.

Список літератури:

1. Батлер Д. Проектируя бизнес. Как захватить рынок, адаптируясь к переменам. Опыт Coca-Cola / Д. Батлер., 2016.
2. TheCoca-ColaCompany [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.coca-colacompany.com/>
3. 2020 Top 100 Food&BeverageCompanies [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.foodengineeringmag.com/2020-top-100-food-beverage-companies>.
4. BestBeverageBets: MonsterAndCokeWith A ShotOfDiageo [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/grsi>.
5. Світовий рейтинг брендів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.interbrand.com/best-global-brands/>

6. Річний звіт Coca-ColaCompany [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://investors.coca-colacompany.com/news-events/press-releases/detail/1006/coca-cola-reports-third-quarter-2020-results-provides>

7. Ринкова частка Coca-ColaCompany [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/gtcv>

Ярошенко Р.Ю. (магістрант)

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КИТАЮ У ХХІ СТОЛІТТІ: МАСШТАБИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

Міжнародна економічна діяльність Китаю здійснила та продовжує здійснювати неймовірно великий вплив на глобальну економіку в ХХІ столітті. Варто зазначити, що тільки за останні 10 років частка Китаю у світовому ВВП зросла на 4,5% - з 13% до 17,5% [1]. Отож, цікаво та доцільно розглянути, які механізми, форми та регулювання використовує Китай у своїй міжнародній економічній діяльності, що дозволяє йому отримувати такі показники зростання.

Сьогодні відносини між Китаєм та рештою світу, схоже, переходять у нову фазу. Економічне диво Китаю підживлювалося промисловістю та інвестиціями, але сьогодні внутрішнє споживання є головною рушійною силою зростання. Країна стає менш відкритою в економічному відношенні до решти світу. Однак, решта світу стає все більш відкритою до впливу Китаю, який є другою за величиною економікою у світі та його провідною торговою країною. Ці зміни супроводжуються торговою напруженістю та наростаючим протекціонізмом у багатьох країнах.

З моменту як Китай вирішив відкрити свою економіку для решти світу та взяв участь у широкомасштабних реформах, він став справжньою глобальною силою. У 2013 р. Китай став найбільшою світовою торговою країною у галузі товарів. До 2014 р. Китай випередив США і став найбільшою у світі економікою за паритетом купівельної спроможності (ПКС). Китай є одним із лідерів у світі за отриманням та джерелом ПШ. Китай є країною базування для 110 компаній, що належать до списку Fortune

500. Однак не всі сфери економіки Китаю перетворились на глобально інтегровані. Китайські фірми все ще отримують значну частину свого доходу вдома. Складність операцій та регулювання на фінансових ринках Китаю залишається перешкодою для міжнародних гравців. Транскордонні потоки даних, як правило, обмежені, незважаючи на величезний обсяг даних, що генеруються в цифровій екосистемі Китаю.

Таблиця 1 - Здобутки Китаю у різних сферах міжнародної економічної активності

Галузі, що задіяні в МЕД	Здобутки Китаю
Торгівля	Китай з 2013 року є найбільшою державою у світі, що займається торгівлею товарами
Корпорації	Китай має 110 компаній Global Fortune 500
Фінансовий ринок	Китай має велику фінансову систему (найбільша банківська система, а також друга та третя за величиною ринків акцій та облігацій відповідно)
Ринок людського капіталу	Китай є найбільшим у світі джерелом іноземних студентів (17% студентів вищих навчальних закладів у 2017 році) та туристів (китайські туристи здійснили 150 мільйонів виїзних поїздок у 2018 році, найбільше у світі)
Ринок технологій	Китай - друга в світі країна за величиною витрат на науково-дослідні роботи (у 2018 році обсяг витрат на НДДКР становив 293 мільярди доларів США)
Інтернет сфера	У Китаї найбільше користувачів Інтернету у світі (більше 800 мільйонів), які генерують величезні обсяги даних
Культура	Китай вклав значні кошти у розвиток світової культурної присутності (12% із 50 найкращих світових фільмів, знятих у Китаї в 2017 році проти 2% у 2010 році)

Китай досяг світового масштабу як постачальник, так і в якості ринку збуту. На китайське виробництво припадає до 35 % світового виробництва. У світовому споживанні частка Китаю становить 10 %, за цим показником КНР поступається лише США. Китай став найбільшим світовим експортером товарів у 2009 р. та найбільшою країною, що торгує товарами у 2013 р. (

обсяги експорту КНР становили на той момент 2,2 трлн дол. США). У 2017 році на КНР припадало 11,4 % світової торгівлі товарами. Дослідження, проведене в 186 країнах, показало, що Китай є найбільшим пунктом експорту для 33 і найбільшим джерелом імпорту для 65 країн світу [2].

Наразі Китай залишається економікою зі змішаною ринковою моделлю, де регуляторний вплив держави значно відчувається. Часті скандали щодо обов'язкового доступу уряду до приватних даних споживачів китайських технологій та світових технологій на території Китаю не дають забувати про постійну присутність уряду в майже усій економічній активності країни. З іншого боку, саме галузь технологій знаходиться в центрі змін відносин між Китаєм та світом. Через складний характер високотехнологічних галузей, технологічні ланцюжки створення вартості є по суті глобальними, і Китай є великим гравцем у них. Наприклад, Китай виробляє 90 % світового постачання ПК, 90 % мобільних телефонів і 70 % телевізорів [3]. Оскільки Китай глибоко інтегрований у світові технологічні ланцюжки вартості, це область, де він особливо схильний до змін регуляторних процесів.

Міжнародні економічні відносини можуть змінюватися, а напруженість може дещо посилюватися, що призводить до більшої невизначеності, ніж зазвичай, для суб'єктів, які поєднують себе з економічною діяльністю КНР. Однак, Китай залишає безліч можливостей для ведення МЕД для країн, інвесторів, постачальників та споживачів, які є занадто великими, щоб їх можна було не враховувати при розробці бізнес-планів зацікавлених економічних партнерів.

Список літератури:

1. Світовий ВВП. Частка КНР.
URL: <https://www.statista.com/statistics/270439>. (Дата звернення: 01.11.2020).
2. McKinsey Global Institute analysis 2019 URL:
<https://www.mckinsey.com/mgi/overview>. (Дата звернення: 01.11.2020).
3. Статистична інформація Міністерства промисловості та інформаційних технологій Китаю.
URL: <http://english.www.gov.cn>. (Дата звернення: 05.11.2020).

КРЕАТИВІЗАЦІЯ ЯК ВЕКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

У другій половині ХХ століття в розвинутих країнах сформувалась нова парадигма розвитку, що пов'язувала економіку та культуру, охоплюючи економічні, культурні, технологічні та соціальні аспекти розвитку як на макро-, так і на мікрорівні. Головним елементом нової парадигми є той факт, що креативність, знання і доступ до інформації все частіше визнаються потужними двигунами, що стимулюють економічне зростання і сприяють розвитку в глобалізованому світі[1].

За визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) креативна економіка – це нова концепція, що спирається на взаємодію між творчістю людини, ідеями та інтелектуальною власністю, знаннями та технологіями [2]. До неї належать такі галузі як реклама, архітектура, декоративно-прикладне мистецтво, дизайн, мода, кіно, відео, фотографія, музика, виконавча майстерність, видавництво, дослідження та розробки, програмне забезпечення, комп'ютерні ігри, електронні видання і телебачення/радіо. Разом ці галузі створюють важливе джерело культурних та комерційних цінностей, а також слугують драйвером економічного зростання. Наприклад, в 2008 році лише креативні індустрії показували стабільне зростання у той час як світова економіка увійшла в рецесію. Так, світовий експорт творчих товарів та послуг продовжував зростати, досягнувши 592 млрд. дол. США у 2008 році, що більш ніж удвічі до рівня 2002 року та свідчив про щорічний темп зростання на рівні 14 відсотків протягом шести років поспіль. Це свідчить про те, що креативні індустрії мають великий потенціал, особливо для країн наздоганяючого розвитку.

Українська економіка ще й досі перебуває в стані трансформації, а отже потребує зміни пріоритетів свого розвитку в контексті формування нової парадигми світової економіки. Лише 24 квітня 2019 р. розпорядженням Кабінету міністрів України № 265-р «Про затвердження видів економічної

діяльності, які належать до креативних індустрій» було визначено види діяльності[3], які відносяться до креативних, оскільки до цього часу креативна діяльність регулювалась лише на основі двосторонніх угод між Україною країнами Європейського Союзу (ЄС)[4]. А представники креативних індустрій вказують на існування бар'єрів у взаємовідносинах між представниками влади та представниками креативних галузей, а також посилення захисту прав інтелектуальної власності.

Оцінка стану розвитку креативної економіки країни здійснюється за глобальний індекс креативності (англ. Global Creativity Index), який обчислювався на основі трьох коефіцієнтів – технології, таланту і толерантності [5, с. 63]. Найвищу позицію серед усіх субіндексів Україна займає за коефіцієнтом «талант». У 2016 році вона займала 24 місце, що забезпечується за рахунок високої частки населення з вищою освітою. Щодо інших двох субіндексів, то за показником «технології» - 43 місце і «толерантність» - 105 позиції. В цілому за індексом глобальної креативності Україна зайняла 45 місце серед 140 країн світу. Така позиція на думку представників організації ООН з питань освіти, науки та культури (ЮНЕСКО) забезпечує Україні приблизно 4% ВВП країни [6].

Отже, креативні індустрії можуть стати локомотивом розвитку національної економіки, що спиратиметься на малий та середній бізнес. Необхідною умовою такого розвитку є розробка законів для підтримки розвитку стартапів; впровадження податкового законодавства; заохочення інвесторів, які вкладають кошти в креативний сектор; полегшення заснування та закриття проєктів, а також зміна ставлення держави до підприємців[7]. Такі дії повинні відбуватися, з одного боку, в умовах запровадження системної політики реформування інфраструктури та створення публічних креативних просторів для якісної комунікації представників креативних індустрій. А, з іншого – забезпечення сталого розвитку, що сприятиме подоланню загальнодержавних проблем, до яких відносяться бідність населення та відтік талановитих людей за

кордон.Відповідно врахування міждисциплінарної природи креативної економіки має враховувати національними владними інституціями для формування ефективної взаємодії та надання сприяння креативним та пов'язаним з нею сферами економіки.

Список літератури:

1. Кукса І.М.,Петухова Т.О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України.*Ефективна економіка*. 2017. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6555> (дата звернення 04.11.2020)
2. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries.UNCTAD. 2002-2015. URL:<https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries>.
- 3.Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р.*Урядовий кур'єр*. 2019. 19 трав. №19
4. ОлійникЄ. Як справи: сьогодні і завтра креативних індустрій в Україні. *Інтернет журнал «Платформа юа»*. 2018. 25 січ.URL:<https://platfor.ma/topic/yak-spravy-sogodni-zavtra-kreatyvnyh-industrij-v-ukrayini/>(дата звернення 04.11.2020)
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее М.: Издательский дом «Классика-XX1», 2007. 421 с.
6. Розвитоккреативноїекономікизупинить "відтікмізків" за кордон.*Економічна правда*. 2019. 21 серп. URL:<https://www.epravda.com.ua/news/2019/08/21/650775/>
7. КиристюкС.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки. *НауковийвісникХерсонського державного університету*. 2014. Вип.6. Час. 1. С. 68-72. URL:http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/17.pdf

Mammadova Narmin (магістрант)

AGILE OPERATION MODEL

Agile method is a special approach to project management. Historically, agile management has its roots in software development. In 1970, American computer scientist Winston Royce prepared a document called "Managing the development of large software systems". In it, he criticized sequential development, pointing out that software development should not be an assembly line (such as is done in

automotive manufacturing) where new parts are sequentially added to successive stages.

Instead of waiting for all phases to be completed in order, Royce suggested applying a phase approach. Its essence is gathering all the necessary requirements for the project at the beginning, then completing the entire architecture, creating the design, writing the code, etc.

Four years later a group of 17 people, including Jon Kern, Kent Beck, Ward Cunningham, Arie van Bennekum, and Alistair Cockburn, “thought leaders”, (first in 2001 at a hotel in Oregon and then in a ski resort in Utah in 2001), they met and brainstormed in order to offer more productive and efficient works in the software development process. At the end of their meeting, they came to a consensus and wrote down the Agile Manifesto and the 12 Principles of Agile Software.

Agile methodology is primarily based on visual control. Team members and the client work together and side by side in most cases. In addition, collaborative work contributes to the creation of a healthy environment for efficient and effective collaboration and rapid results [2].

When the project manager, team and client act together, there is no risk of misunderstanding the objectives and loss of information. All business processes become as transparent as possible, meaning any problem that arises can be solved almost instantly and find the best solutions.

Flexible project management has been adopted by many companies and government agencies.

While understanding Agile, it is important to know both the positive and negative aspects of this method.

First of all, it should be noted that Agile management is very flexible. For example, if the traditional method shows certain working stages, Agile easily adapts to the consumer of final product and customer requirements.

In addition, Agile is launched quickly, responds to changes, and allows the development team and customers to stay in touch in real time. Its advantages are obvious [1].

The disadvantages of the methodology are, firstly, that continuous feedback will always transfer the deadline of the project, thus creating the threat of endless ongoing work. If the customer sees only the results but has no idea of the efforts required to achieve them, he will always request improvements.

The second drawback is that the project documentation must be adapted to the changing conditions of the project. Documentation with functional requirements or architecture may not relate to the following if the team is not properly informed about changes or additional functionality.

The third major disadvantage of Agile is the need for frequent meetings. Of course, they contribute to an increase in work efficiency, but nevertheless the constant distraction of team members can negatively affect the process because people's attention is systematically diverted from the tasks solved [3].

This also includes things such as the need for the continued presence of the client, the inability to build long term plans, and the need for motivated and highly qualified specialists. Meanwhile, the latter is largely applicable to the implementation of Agile management in the organization. And by understanding Agile, the subject of its implementation should also be introduced.

Agile methodology is the future of the modern economic industry.

References

1. AgileOperations [Website] – Access mode:<https://www.agilest.org/agile-project-management/agile-operations/> (last sited 10.11.2020).
2. Agileoperations [Website] – Accessmode: <https://www.lucidchart.com/blog/agile-operations-definition>(lastsited08.11.2020).
3. AgileOperationsintheEnterprise[Website] – Accessmode: <https://www.infoq.com/articles/agile-operations/>(lastsited 07.11.2020).

Кобзєва А. Р. (магістрант)

ГЛОБАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТНК: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

В умовах сучасних глобалізаційних процесів все більшого значення набувають транснаціональні корпорації, які визначають ключовий напрямок і

тенденції розвитку світової економіки. Успішний розвиток ТНК з моменту їх заснування визначається ефективністю інвестиційної діяльності, а саме інвестиційною стратегією. Глобальна інвестиційна стратегія ТНК – це система розроблених менеджментом та погоджених з акціонерами довгострокових заходів видової та галузевої оптимізації капіталовкладень, третина з яких реалізується на північноамериканському, європейському та азійському сегментах світового ринку для забезпечення глобальної конкурентоспроможності [1].

Розвиток підприємства починається на національному рівні з його заснування та завоювання стійкої позиції на вітчизняному рівні. На цьому етапі компанія може виходити на зарубіжний ринок за допомогою експорту, який має на меті отримання вищих прибутків, а іноді й підвищення іміджу фірми на національному ринку. На даному етапі також можливе використання ліцензування, за якого вітчизняна компанія для виходу на зарубіжний ринок заключає договір з іноземною компанією про передачу прав на використання її товарного знаку, виробничого процесу чи патенту. Дані форми проникнення та присутності підприємства на зарубіжних ринках не передбачають об'єднання капіталів, вони характеризуються низьким рівнем участі, що супроводжується низьким рівнем контролю та ризику, середнім рівнем еластичності і низьким рівнем рентабельності [1].

На наступній стадії корпорації можуть організовувати виробництво на закордонних ринках за допомогою спільних підприємств, що базуються на співпраці з партнерами з інших країн. Спільне підприємство передбачає участь у капіталі новоствореної компанії усіх сторін і характеризується відносно високим рівнем участі [1]. Згодом може бути налагоджене автономне виробництво закордоном з відкриттям власних представництв чи філіалів.

Далі корпорація розширює свої іноземні мережі підприємств, поступово перетворюючись на повноцінну ТНК. Корпорації досягають високого рівня інтернаціоналізації не відразу, а більшість ТНК навіть зосереджують основну

частину своїх операцій на національних ринках на постійній основі, адже інвестування «з нуля» є досить складною та ризиковою формою іноземного інвестування [2].

На найвищому рівні інтернаціоналізації корпорація перетворюється в потужну ТНК і здійснює основну частину операцій за межами країни початкового базування. Особливістю даного етапу є можливість об'єднання декількох потужних ТНК в одну у формі «злиття та поглинання». Куплені компанії поступово інтегруються в систему виробничо-збутових ланцюгів материнської компанії, а частина старих зв'язків перебудовується, причому при об'єднанні рівних ТНК інвестор визначається лише формально за місцем розміщення головної штаб-квартири або біржі, де котирується більшість акцій об'єднаної компанії [2]. Статистика 2018-2019 року (рис. 1) показує зменшення транскордонних злиттів та поглинань приблизно на 40% до 490 млрд дол. США.



Рисунок 1 – Світові прямі іноземні інвестиції, злиття та поглинання, інвестування «з нуля», млрд дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [4]

Прямі іноземні інвестиції у 2019 році залишилися приблизно на рівні попереднього року, а інвестування у нові проекти зазнало негативної динаміки у 14%. Прогнози на 2021 рік показують ще більші зниження інвестиційної активності по всьому світу. До основних факторів, які визначатимуть, наскільки сильним буде падіння економіки, належать

політика урядів у відповідь на кризу COVID-19 у сфері охорони здоров'я, заходи підтримки бізнесу та домогосподарств, а також торговельна та інвестиційна політики [3].

Іншою формою інвестування, що притаманна глобальним ТНК, є утворення *стратегічних альянсів*, які, на відміну від поглинань, мають на меті взаємовигідне співробітництво двох або більше корпорацій, а ризики, що виникають при реалізації проєктів, розподіляються між партнерами [2]. Останнім часом провідні компанії з різних частин світу створювали стратегічні альянси для посилення своїх спільних можливостей з обслуговування цілих континентів і просування до ще більшого залучення в діяльність на світовому ринку. До того ж вони є ефективним засобом боротьби з конкурентами. У стратегічні альянси можуть вступати також конкуруючі компанії. Так, наприклад, американські корпорації *ATT*, *IBM*, *AppleComputer* і німецька фірма *Siemens* створили альянс, у межах якого буде вироблятися продукція, «що говорить на одній мові», розробляються комп'ютерні стандарти із сумісності техніки, що випускається різними конкуруючими фірмами [5].

Можна зробити висновок, що в рамках своїх інвестиційних стратегій ТНК застосовують в основному такі форми інвестування, як прямі іноземні інвестиції, злиття та поглинання, а також стратегічні альянси. За 2018-2019 роки інвестиційні процеси дещо сповільнилися, а за прогнозами на 2021 рік, через пандемію COVID-19 бізнес-активність знизиться ще більше.

Список літератури:

1. Ільчук П. Г. Типологія форм проникнення та присутності підприємства на закордонних ринках у межах формування та реалізації маркетингової стратегії інтернаціоналізації//Науковий журнал «Проблеми економіки» №4, 2014. – с. 275 - 281.

2. Фролова Т.А., Лукьяненко Л. И. Интегративная роль инвестиционных стратегий ТНК // Научный журнал «Белорусский экономический журнал» г. Минск, Республика Беларусь, № 4, 2013. С.81-96.

3. UNCTAD (2020), Global Investment Trends Monitor (January, 2020). UNCTAD Issue 33. URL: <https://unctad.org/news/global-investment-flows-flat-2019-moderate-increase-expected-2020>. (Accessed: 10.11.2020).

4. UNCTADstat (2020). URL: <https://unctadstat.unctad.org/>. (Accessed: 10.11.2020).

5. Загарій В. К., Синільник В. В. Транснаціональні компанії і стратегічні альянси та їх вплив на світову економіку//Науковий вісник Ужгородського національного університету, №15, 2017. - с. 110-113.

Мосейчук А.Л. (магістрант)

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТТЯ «ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЕКТ» ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Інвестиційний проект є комплексною категорією, яка відображає зв'язок міжінтернальними характеристиками проекту та інвестиціями. У листі акціонерам одного з найбільших інвестиційно-страхових холдингів Berkshire Hathaway поняття інвестиції описується, як «процес вкладання грошей зараз в очікуванні отримання більшої кількості грошей в майбутньому (...) як передачу іншим купівельної спроможності зараз з обґрунтованим очікуванням отримання більшої купівельної спроможності – після сплати податків на номінальний прибуток – в майбутньому» [1,2, с.17].Щороку уявлення про інвестиції змінюється. Воно поступово трансформується у те, що ми називаємо «міжнародним інвестуванням». Цьому безперечно сприяв процес світової глобалізації, зокрема інтернаціоналізації фінансових ринків.

Дане визначення описує 4 основні характеристики інвестиції: її ціна на даний момент (вартість, PV), термін до отримання доходу, відсоткова ставка (очікуваний дохід) та ризик, пов'язаний з об'єктом інвестиції. Між цими чотирма вимірами існують певні залежності. Наприклад, відсоткова ставка та вартість інвестиції прямо пропорційні ризикованості активу та обернено – терміну інвестування. За цих умов варто розуміти, що ризикованість інвестиції вимірюється не «бетою-коефіцієнтом» (фактор ризику, показник використовуваний для його вимірювання), а скоріше обґрунтованою

ймовірністю того, що інвестиція призведе до втрати її власником протягом фіксованого періоду володіння нею купівельної спроможності. Активи можуть сильно коливатися в ціні і не бути ризикованими до тих пір, доки вони з достатнім ступенем ймовірності забезпечують підвищення купівельної спроможності протягом періоду володіння[2, с.17].

Інвестиція за своєю сутністю віддалено нагадує проект.Здавалося б, що тих рис, які описують поняття інвестиції, було б достатньо, щоб коротко окреслити сутність будь-якого проекту, але вони лише видаються подібними. Професорки Н.Г. Ушакова та Л.О. Чернишова трактують проект як одноразовий комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямований на задоволення визначеної потреби шляхом досягнення конкретних результатів при встановленому матеріальному (ресурсному) забезпеченні з чітко визначеними цілями протягом заданого періоду часу [3, с.10].

Управління проектами зменшує невизначеність результату проекту і підвищує ймовірність досягнення поставленої перед проектом мети. Часто для узагальнення управління проектами використовується трикутник, який часто називають «потрійним обмеженням» (англ. triple constraint) або також – концепція трикутника проектного менеджменту (рис.1) [4].

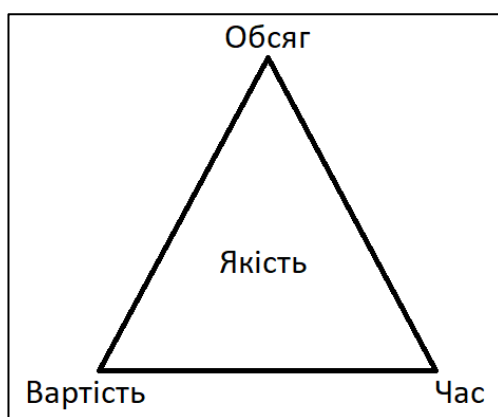


Рисунок 1 – Концепція трикутника проектного менеджменту
або «Потрійне обмеження» [4]

Згідно з нею до вимірів проекту належать тривалість, вартість та розмір проекту(у деяких джерелах– «продуктивність»[5]).Разом ці виміри формують

кінцеву якість проекту. Виокремимо кілька особливостей, які пов'язують терміни «інвестиції» та «проект».

По-перше, період окупності інвестиції позначає час до отримання доходу від інвестування в актив; з іншого боку, для проекту це час, необхідний для досягнення проектних цілей. Однак, як у випадку з інвестицією, так і з проектом нам відомий часовий період, через який ми очікуємо отримати результат від вкладання коштів.

По-друге, від початку свого існування проект не є активом. На відміну від інвестиції він не купується відразу, а створюється з плином часу. Так, актив є результатом проекту, а метою проекту є створення активу. Оскільки проект починається з інвестицій та потребує стабільного фінансування протягом періоду реалізації, його вартість визначає сума інвестицій, які спрямовувалися на його виконання. Ці інвестиції виступають прямими витратами на проект, але необхідно також враховувати альтернативні витрати. Рішення розпочати певний проект - це одночасно і рішення не використовувати ці ж кошти на будь-який інший проект. Відмова від інвестування в інші проекти і є альтернативними витратами у проекті.

По-третє, актив – це обсяг проекту. У проектному менеджменті саме складність та обсяг проекту визначає час на його виконання, тому тривалість проекту можна назвати похідною від його обсягу. У цьому випадку від «розумного» розміру інвестиції залежить своєчасність, обсяг та відповідно якість виконання поставлених перед проектом завдань.

По-четверте, як проекту, так і інвестиції властиве поняття ризику, який залежить від різноманітних факторів. У статтях з проектного менеджменту, присвячених дослідженню ризиків, найчастіше вживається вираз «невизначеність» (англ. uncertainty). Це пов'язано з тим, що проект, відмінно від інвестиції, розвивається протягом кількох етапів, кожний з яких, зазвичай, є максимально повним та довершеним. Тобто у кінці кожного етапу власник та/або команда проекту має можливість вирішувати, чи необхідно змінювати план проекту, аби адаптувати його до змін у середовищі (або у

бізнесі), для функціонування у якому цей проект створюється. Відтак, проект не завжди безпеліційно підкорюється плану. У розумінні ризиків, проект є більш гнучкою категорією, адже у його стейкхолдерів існує можливість вибрати, яким шляхом проект розвиватиметься далі. Для інвесторів, які вклали свій капітал у певний актив, такої можливості немає.

Список літератури:

1. Lee, David. WarrenBuffett'sDefinitionofInvesting [Електронний ресурс] / Девід Лі. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://daslee.me/warren-buffetts-definition-of-investing/>.
2. WarrenE. Buffett. Berkshire'sCorporatePerformancevs. theS&P 500 [Електронний ресурс] / WarrenE. Buffett, BERKSHIREHATHAWAYINC.. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.berkshirehathaway.com/letters/2011ltr.pdf>.
3. Управлінняміжнароднимиінвестиційнимипроєктами : конспект лекцій / Н. Г. Ушакова, Л.О. Чернишова. – Харків : «Видавництво «Форт», 2016. – 181 с.
4. Ya Mini. Introduction to Project Management: Key Concepts [Електроннийресурс] / Ya Mini // 2019 – Режимдоступудоресурсу: [https://www.exceeders.com/blog/introduction-to-project-management-key-concepts#:~:text=Project%20Management%20Institute%20\(PMI\)%20defined,requirements%20of%20a%20particular%20project](https://www.exceeders.com/blog/introduction-to-project-management-key-concepts#:~:text=Project%20Management%20Institute%20(PMI)%20defined,requirements%20of%20a%20particular%20project).
5. Atkinson, Roger (December 1999). "Project management: cost, time and quality, two best guesses and a phenomenon, its time to accept other success criteria". International Journal of Project Management. 17 (6): 337–342.

Святина О.С. (магістрант)

ТОРГІВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З КИТАЄМ

Китай є найбільшою країною світу за численністю населення і третьою за розмірами території. Китай демонструє високі темпи економічного розвитку. Країна має першість за вартістю експорту. Доходи населеннязбільшились, формується середній клас, зростає місткість внутрішнього ринку. Зростає його геополітична вага. В останні десятиліття Китай перетворився на один з визначних факторів у розвитку світової економіки. Масштаби національного ринку і правильний підхід до управління

і контролю в ранні роки розвитку технологій зробили Китай глобальним лідером в таких провідних галузях, як електронна комерція і фінансові технології. Посилення позиції технологій допоможе в розбудові китайської економіки, підвищуючи її ефективність, і пом'якшить уповільнення темпу зростання. Тому економічне співробітництво з Китаєм є важливим для України, що визначає актуальність теми дослідження.

Абсолютні показники розвитку економіки, у тому числі, зовнішньої торгівлі Китаю 2014-2018 рр. наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Окремі показники розвитку економіки Китаю, 2014-2018 рр.

Рік	2014	2015	2016	2017	2018
Експорт, млрд. дол. США	2462,9	2360,2	2197,9	2429,3	2651,0
Імпорт, млрд. дол. США	2241,6	2002,3	1942,2	2212,3	2548,1
ЗТО, млрд. дол. США	4704,5	4362,5	4140,1	4641,6	5199,1
ВВП, млрд. дол. США	18344,5	19820,9	21387,6	23266,8	25361,7
Ч, млн. осіб	1364,3	1371,2	1378,7	1386,4	1392,7

Джерело: складено на основі [1; 4; 5]

Показники зовнішньої торгівлі Китаю є нестабільними – протягом 2015-2016 років експорт та імпорт мали тенденцію до зменшення, лише у 2017 році зростання відновилося і продовжилося у 2018 році. При цьому рівень ВВП та чисельність населення мали постійну тенденцію до зростання протягом усього досліджуваного періоду. Розглянемо зовнішню торгівлю України за останні 10 років. Дані таблиці 2 показують, що Китай входить в ТОП-10 країн, що імпортують українську продукцію. За період 2009-2018 рр. вартість українського експорту в Китай зросла в 1,6 рази до 2,2 млрд. дол. США (табл. 2).

Крім того, розглянемо географічну структуру імпорту України. Як бачимо з таблиці 3, Китай другий за величиною експортер в Україну. При цьому вартість китайського імпорту зросла у 2,8 рази за 2009-2018 рр. до 7,61 млрд дол. США у 2018 р. (табл. 2).

Таблиця 2

Географічна структура експорту України за 2009-2018 рр., млрд дол. США

Країни	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Світ</i>	39,7	51,4	68,3	68,6	63,3	53,9	38,1	36,3	43,4	47,3
Росія	8,49	13,4	19,8	17,6	15,0	9,80	4,83	3,59	3,94	3,65
Польща	1,21	1,79	2,79	2,58	2,55	2,65	1,98	2,20	2,73	3,26
Італія	1,23	2,41	3,04	2,48	2,36	2,47	1,98	1,93	2,48	2,63
Туреччина	2,13	3,03	3,75	3,69	3,81	3,56	2,77	2,05	2,51	2,35
Німеччина	1,25	1,50	1,76	1,64	1,60	1,59	1,33	1,42	1,76	2,21
Китай	1,43	1,32	2,18	1,78	2,73	2,67	2,40	1,83	2,13	2,20
Індія	1,15	1,43	2,27	2,29	1,97	1,82	1,44	1,90	2,21	2,18
Угорщина	0,73	0,86	1,34	1,51	1,56	1,51	0,91	1,05	1,33	1,65
Нідерланд	0,59	0,56	0,83	0,83	1,04	1,11	0,91	1,00	1,69	1,60
Єгипет	1,01	1,33	1,34	2,90	2,72	2,86	2,08	2,27	1,83	1,56

Джерело: [2].

Таблиця 3

Географічна структура імпорту України за 2009-2018 рр., млрд дол. США

Країни	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Світ</i>	45,4	60,7	82,6	84,6	76,9	54,3	37,5	39,2	49,4	57,1
Росія	13,2	22,2	29,1	27,4	23,2	12,6	7,49	5,15	7,20	8,09
Китай	2,73	4,70	6,27	7,90	7,90	5,41	3,77	4,69	5,64	7,61
Німеччин	3,85	4,60	6,87	6,81	6,77	5,36	3,98	4,32	5,20	5,98
Білорусь	1,69	2,57	4,21	5,07	3,61	3,97	2,45	2,78	3,20	3,79
Польща	2,17	2,79	3,18	3,57	4,07	3,07	2,32	2,69	3,35	3,64
США	1,29	1,77	2,60	2,91	2,77	1,93	1,48	1,69	2,48	2,97
Італія	1,14	1,39	2,01	2,24	2,09	1,51	0,98	1,36	1,62	2,04
Туреччин	0,95	1,30	1,48	1,95	1,85	1,30	0,85	1,10	1,26	1,71
Швейцарі	0,44	0,51	0,79	0,77	0,91	0,52	0,46	0,98	1,65	1,65
Франція	0,97	1,11	1,50	1,67	1,73	1,27	0,89	1,53	1,50	1,48

Джерело: [3].

Таким чином, Китай є важливим економічним партнером України з огляду на його лідерські позиції у світі за багатьма напрямками. Китай входить в ТОП-10 зовнішньоторговельних партнерів України. Однак від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі між Україною та Китаєм дає підстави стверджувати про необхідність активізації українського експорту в Китай.

Використана література:

1. Gross domestic product (GDP). *OECD*. URL: <https://data.oecd.org/gdp/gross-domestic-product-gdp.htm>

2. List of importing markets for a product exported by Ukraine [Electronic source]. – Access mode: https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvm=1%7c804%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
3. List of supplying markets for a product imported by Ukraine. – Access mode: https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvm=1%7c804%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
4. Population. *OECD*. URL: <https://data.oecd.org/pop/population.htm>
5. Trade in goods and services. *OECD*. URL: <https://data.oecd.org/trade/trade-in-goods-and-services.htm>

Проценко В.А. (магістрант)

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ

Формування політики ЄС у сфері регулювання надходжень прямих іноземних інвестицій створювалось під впливом різних факторів та аспектів, які визначали та започатковували розвиток європейської інтеграції. Насамперед, вагомим критерієм тут було розташування сил між європейськими і американськими корпораціями безпосередньо в країнах ЄС і та обставина, що конфлікти зв'язані з діяльністю іноземних філій відбивали не тільки протиріччя між закордонними компаніями і національними інтересами, але і боротьбу місцевого капіталу з більш могутніми іноземними конкурентами [1].

Не є секретом той факт, що Європейський Союз є однією із найпривабливіших країн для інвестування в економічний сектор. Це підвищує рівень конкурентоспроможності європейських країн та їх національних економік на світовому рівні через її активну участь у русі капіталу

Основна діяльність ТНК пов'язана з виробничим сектором економіки, з часом спостерігається тенденція на проникнення ТНК в усі галузі світової

економіки та відповідно її вплив на неї. Ось наприклад 30 % від ВВП становить саме діяльність ТОП-200 ТНК світу.

Шляхом оптимізації процесів економічної стабільності, ефективної діяльності у моменти кризового становища, запровадження в компанію оновлених технологій та виробничих потужностей, аналізу конкурентоспроможності ринку, дослідження попиту/пропозиції на цільовому ринку можна досягти максимальних результатів.

Залежно від ситуації в національній та світовій економіці ТНК виробляли стратегії, що дозволяють органічно вливатися в світогосподарських процесів і максимізувати вигоди від своєї діяльності [3].

Завдяки впровадженню ТНК в європейську економіку спостерігаються тенденції на «покращення», зокрема: створюється попит та пропозиція на товари; зростає показник зайнятості населення; розробка НДДКР; створюються нові робочі місця; зростають економічні показники.

Звичайно є негативні фактори на аспекти діяльності транснаціональних корпорацій, серед них: мінімізація / повне приховування прибутків; конкуренція на ринку; монополізація влади та ін.

Таким чином, у ході еволюції ТНК пройшли кілька етапів розвитку, які тісно пов'язані і взаємозалежні із світо господарськими процесами. У сучасних умовах ТНК стали невід'ємною частиною світового інтеграційного процесу, з чим пов'язані побоювання багатьох вчених про вирішальну роль корпорацій у визначенні економічної політики світового розвитку.

Європейський Союз являє собою найпривабливішу країну для іноземних інвесторів. Активна участь країн ЄС у міжнародному русі капіталу здійснює істотний позитивний вплив на підвищення конкурентоздатності їхніх національних економік. Це, насамперед, пов'язано з тим, що у всіх досліджуваних країнах ЄС вивезені прямі закордонні інвестиції перевищують увезені ПЗІ. У результаті позитивний вплив вивезених ПЗІ на міжнародну конкурентоздатність продукції, виробленої національними

виробниками, перевищує негативний вплив увезених ПЗІ, головною метою яких є максимізація прибутку іноземного інвестора [1]

Список літератури:

1. Unitednationsconferenceontradeanddevelopment / WorldInvestmentReport/ TransnationalCorporationsandExportCompetitiveness [Електронний ресурс]. Washington 2003. – Режим доступу до журн.: http://archive.unctad.org/ru/docs/tdxiii_report_ru.pdf.
2. Герасимчук В. Г. Міжнародна економіка: [навч. посіб.] / Герасимчук В. Г., Войтко С.В.– К.: Знання, 2009. – 302 с.
3. Сорока І.Б. Транснаціональні корпорації та їхня роль у процесі активізації у процесі міжнародної інтеграції.// Сорока І.Б /Актуальні проблеми економіки -2009.№ 9(99) - С.35

Кравченко М.О. (магістрант)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ НАФТИ

Нафта є унікальним стратегічним продуктом, основним енергоносієм, ціни на неї визначають параметри розвитку всіх галузей промисловості ще з 30-х років минулого століття. Світовий ринок нафти є потужним механізмом впливу на світову економіку, водночас перебуваючи під впливом розвитку та тенденцій тієї ж світової економіки.

Кон'юнктуру нафтового ринку визначає низка факторів, зокрема стан світової економіки, структурні зміни її секторів і сегментів, глобалізація, рух факторів виробництва, геополітичні умови, зміна структури енергоспоживання, екологічні виклики та соціальні фактори, особисті інтереси певних груп осіб тощо. Нафтова галузь є однією з опорних для світової економіки уже впродовж багатьох десятиліть.

В умовах розвитку альтернативних джерел енергії та їх популяризації, нафта й досі залишається головною сировиною для палива у світі. За даними щорічного звіту компанії ВРвиробництво нафти зростає щороку [1]. За десять років (у порівнянні з 2009 роком) щоденний обсяг виробництва збільшився

на 16%, з 81,6 до близько 95,2 мільйонів барелів (рис. 1). Щороку потреба світу у нафті зростає.

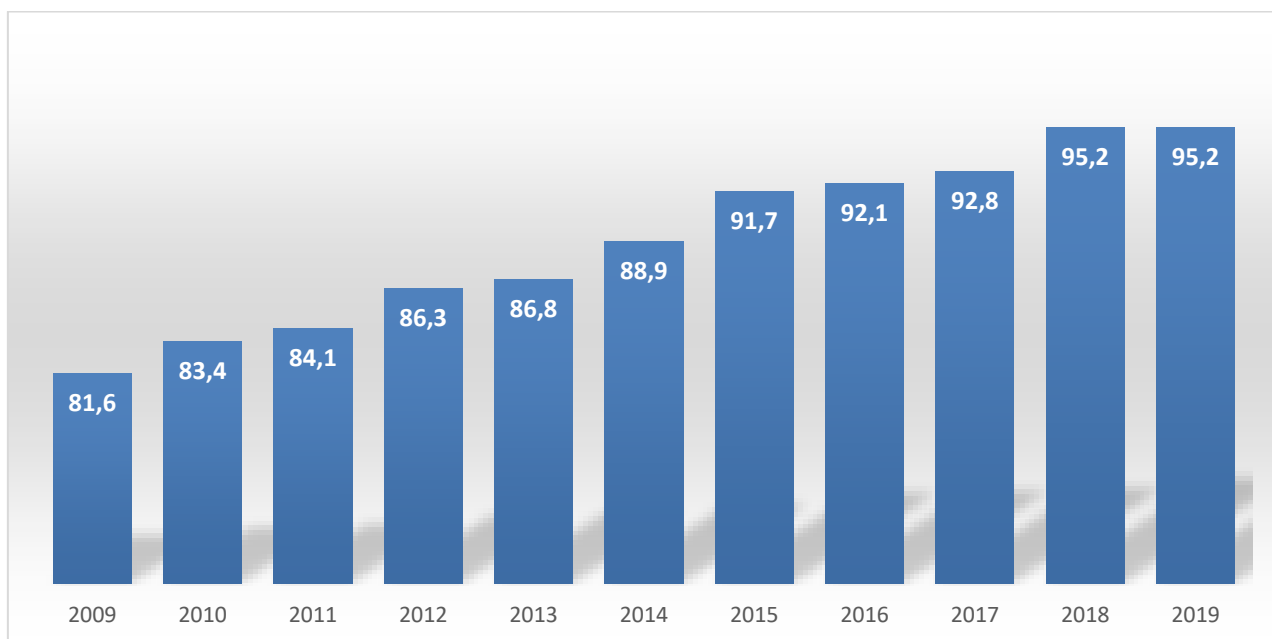


Рис.1. Динаміка виробництва нафти у всьому світі, млн барелів/день

Джерело: розроблено автором на основі [1]

Згідно з американським виданням “Fortune 500” з топ-10 компаній за обсягом прибутків у 2020 році п’ять (Sinoproc Group, China National Petroleum, Royal Dutch Shell, Saudi Aramco, BP) пов’язані з виробництвом чи добуванням нафти та нафтопродуктів. Що є беззаперечним свідченням влади нафти усвітовій економіці. Нафта є важливим дефіцитним ресурсом, і досі немає економічно ефективних альтернатив для виробництва транспортних палив, як бензин та дизельне паливо.

За видобутком нафти лідерами у 2020 році є США, Саудівська Аравія, Росія та Канада. Останніми роками такі країни, як, Іран, Лівія та ОАЕ збільшують обсяги видобутку, наздоганяючи лідерів. Найбільшими споживачами нафти у світі є США (19,96 млн. бар./день), Китай (13,57 млн. бар./день), Індія (4,34 млн. бар./день), Японія, Росія, Саудівська Аравія, Бразилія та інші. Головними експортерами нафти є Саудівська Аравія –13,3% від загального обсягу експорту, а також Росія –12,1%. Головними країнами-

імпортерами нафти є США – 22,9% від світового імпорту, Китай – 11,2%, Японія – 8,3%[5].

У 2020 році стан нафтової галузі зазнав значних змін негативного характеру. Сильного удару завдав вірус Covid-19, що сповільнив життя цілого світу. Іншою передумовою кризи у галузі була відсутність домовленостей між країнами-продуцентами нафти. Як і будь-який природний ресурс нафта має скінчені запаси, тому багаторічна експлуатація родовищ та надзвичайні масштаби пропозиції можуть призвести до вичерпання ресурсів та перенасиченості ринку. Для контролю та стабілізації цін в таких умовах існує міжнародна угода «ОПЕК+». Причиною кризи стала відсутність домовленостей між країнами, а саме – Росією та Саудівською Аравією, щодо зменшення обсягів видобування нафти у березні 2020 року. Це призвело до падіння цін на 30%, що є найбільшим падінням з 1991 року [8]. Зрештою, країни дійшли згоди та скоротили видобуток нафти на 8 млн барелів/добу [7].

Основним сектором споживання нафти є транспорт, він складає приблизно 2/3 загального споживання. Пандемія вірусу Covid-19 змусила закрити кордони та повітряні шляхи більшості країн світу. Тобто найважливіші для нафтової галузі споживачі призупинили свою діяльність, що відобразилося у зменшенні попиту. Окрім того, була зупинена робота великої кількості підприємств у Китаї та інших країнах. Така ситуація одразу змінила ситуацію на ринку нафти, оскільки зменшився попит.

У 2020 році відбуваються вибори президента США, результати яких безперечно впливатимуть на ринок нафти. Майже остаточно відомо, що новим президентом буде ДжоБайден [6]. Політика кандидата спрямована на стримування екологічних змін та допомогу навколишньому середовищу. Таким чином, це може перешкоджати подальшому розвитку нафтовидобувних компаній та надалі зменшуватимуться обсяги видобування нафти у США. Це дасть змогу іншим країнам захопити американську частку ринку.

За прогнозами компанії ВР світова економіка відновлюватиметься поступово протягом наступних років. Внаслідок кризи світовий ВВП зменшиться на 2,5% у 2025 році, а світовий попит на нафту знизить обсяги її виробництва на 3 мільйони барелів у день [1, с. 29].

Комбінація пандемії, зниження попиту та перенасичення ринку створили безпрецедентну кризу для галузі. На розвиток ринку нафти впливають: обсяги наявних ресурсів, економічні та політичні взаємозв'язки між країнами, їх домовленості та узгодженість дій, природні явища та катаклізми, попит на нафту у світовому масштабі, діяльність багатонаціональних компаній, інвестиції тощо. Головними перешкодами, що сповільнили ринок нафти у 2020 році стали рецесія світової економіки, неузгоджені дії учасників міжнародних домовленостей та зміни на політичній арені. Враховуючи вищезазначені чинники, можна прогнозувати подальше стримування розвитку світової нафтової галузі. На тлі наближення другої хвилі епідемії коронавірусу європейські країни знову починають посилювати карантинні заходи, що може призвести до ще більших втрат у галузі, ніж у травні 2020 року.

Список літератури:

1. BP Energy Outlook 2020 edition. URL:<https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2020-full-report.pdf> (Accessed: 7.11.2020).
2. Coronavirus crisis will erase nearly a decade of oil demand growth this year, IEA says. URL: <https://www.cnbc.com/2020/04/15/coronavirus-to-erase-nearly-a-decade-of-oil-demand-growth-in-2020-iea.html> (Accessed: 7.11.2020).
3. COVID-19's impact on oil, gas, and chemical organizations. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/covid-19/covid-19-s-impact-on-oil--gas--and-chemical-organizations.html> (Accessed: 8.11.2020).
4. Oil and gas after COVID-19: The day of reckoning or a new age of opportunity? McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Oil%20and%20Gas/Our%20Insights/Oil%20and%20gas%20after%20COVID%2019%20The%20day%20of%20reckoning%20or%20a%20new%20age%20of%20opportunity/Oil-and-gas-after-COVID-19-v4.pdf> (Accessed: 7.11.2020).
5. What countries are the top producers and consumers of oil? URL: <https://www.eia.gov/tools/faqs/faq.php?id=709&t=6> (Accessed: 7.11.2020).
6. Джо Байден перемагає на виборах президента США. Трамп не визнає поразку. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-54849434> (Дата звернення: 8.11.2020).
7. Країни ОПЕК+ погодилися знизити видобуток на 10 мільйонів барелів на день.

URL:<https://vezha.net.ua/economy/krayini-opek-pogodilisya-zniziti-vidobutok-na-10-miljoniv-bareliv-na-den/> (Дата звернення: 7.11.2020).

8. Обвал фондових ринків і падіння цін на нафту: що відомо про причини і ймовірні наслідки кризи. URL: https://news.24tv.ua/obval_tsin_na_naftu_2020_roku_shho_trapilosya_i_chim_zagrozhuje_n_1294495 (Дата звернення: 7.11.2020).

Славінський В.В. (магістрант)

СПЕЦИФІКА КОН'ЮНКТУРНИХ КОЛИВАНЬ НА СВІТОВОМУ ВАЛЮТНОМУ РИНКУ

«Валютний ринок – це складова сфери обміну національної й міжнародної економіки, в якій здійснюється торгівля національними і наднаціональними грошовими одиницями та валютними цінностями, що обслуговують міжнародні платіжні операції» [1, с. 243].

За Піскуловим, валютний ринок – це уся сукупність конверсійних і депозитно-кредитних операцій в іноземних валютах, які здійснюються між контрагентами – учасниками валютного ринку за ринковим курсом або відсотковою ставкою [2, с. 8].

Автори вітчизняних видань, де висвітлюються проблеми функціонування валютного ринку, звертають увагу на необхідність розмежувати такі поняття, як "національний валютний ринок" і "міжнародний валютний ринок"[5]. При цьому під національним валютним ринком розуміється сфера здійснення валютних операцій перш за все всередині країни, приводяться різні критерії класифікації валютних ринків.

Експерти центральних банків і фахівці фінансової сфери країн Західної Європи, і перш за все держав - членів Європейського союзу (ЄС), подібної чіткої грані між названими різновидами валютного ринку, як правило, не проводять. Аналізуючи різні аспекти діяльності валютного ринку, вони розуміють перш за все єдиний, тобто міжнародний, валютний ринок. Річ у тому, що, по-перше, валютний ринок не має чітких географічних меж, певного місця розташування, оскільки носить міжнародний характер. У той же час він функціонує в умовах існування безлічі окремих суверенних

держав і різноманіття національних валют. Саме завдяки такій суперечливій єдності - поєднанню міжнародного характеру ринку і національної приналежності валюти певній державі - виникають обмінні операції, існує і сам валютний ринок [4, с. 110-112].

На мою думку, валютний ринок на національному рівні відрізняється від світового лише регулюванням. Усе інше – параметри угод (їх типи, дати валютування, лоти, методи укладання, тощо), валютні пари, їх котирування у числових значеннях у певний проміжок часу, суб'єкти-учасники ринку – завжди будуть типовими.

На валютному ринку існує чотири групи суб'єктів:

- центральні банки окремих країн та міждержавних об'єднань;
- фізичні та юридичні особи, які є задіяними у різноманітних сферах зовнішньоекономічної діяльності;
- банківські установи, які забезпечують валютне обслуговування;
- валютні біржі та валютні відділи товарних та фондових бірж [3, с.30].

Кон'юнктурні коливання є наслідком діяльності учасників ринку, а саме купівлі/продажу базової валюти за валюту котирування. На ринку є присутніми безліч продавців та покупців безготівкової валюти, які в кожний окремий момент часу укладають угоди [2, с. 55].

Валютний ринок піддається технічному та фундаментальному аналізу, більше того, велика частина методологій цих аналітичних фундаментів були розроблені саме під час аналізу валютного ринку. За допомогою інформації (графічної, математичної, текстової), отриманої з аналізу, можна робити висновки щодо стану світової економіки, тенденцій її розвитку та її майбутнього.

Кон'юнктурні коливання на світовому валютному ринку відбуваються через зрушення у взаємопов'язаній системі світових ринків (як фінансових, так і: товарних, ринку праці, тощо), а також через позитивні та негативні новини, які отримує ця система. Прикладом таких зрушень є світові фінансові кризи.

Треба окремо відмітити, що, зазвичай, не криза є наслідком змін на валютному ринку, а навпаки, валютний ринок реагує на турбулентність в системі світових ринків, і це, в свою чергу, вже виливається в кон'юнктурне коливання. Тобто, можна сказати, що значні коливання на валютному ринку є ознаками кризового стану світової економіки.

Отже, можна зробити висновок, що кон'юнктура світового валютного ринку – це певний лакмусовий папірець, індикатор, який відображає стан «здоров'я» світової економіки. Досвідчений аналітик може лише з даних валютного ринку і без додаткової інформації зробити висновки щодо стану економіки певної держави, а також щодо світової економіки в цілому, навіть відносний рівень цін на основні ресурси: енергоносії, метали, харчову сировину. Виходячи з цієї інформації робиться висновок щодо перед-, після- чи кризового стану.

На даний момент, валютний ринок є невід'ємною та фундаментальною частиною як світової фінансової та економічної парадигми, так і системи міжнародних економічних відносин. Будь-які зміни сутності та механізмів функціонування валютного ринку призведуть до перевероту та паралельного зсуву решти глобальної економічної системи.

Список літератури:

1. Бодрова Н. Е. Валютний ринок: стан, проблеми, перспективи / Н. Е. Бодрова // Економіка. – 2012. - № 1.
2. Пискулов Д. Ю. Теория и практика валютного дилинга / Дмитрий Юрьевич Пискулов. – Москва: ИНФРА-М, 1995. – 208 с.
3. Міжнародні кредитно-розрахункові та валютні операції [Текст]: навч. посіб. / К. Ф. Ковальчук, Д. Є. Козенков, Ю. Г. Момот. – К. : ЦУЛ, 2016. – 149 с.
4. Международные валютно-кредитные отношения: Учебник. / Под ред. Л.Н.Красавиной. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 480 с.
5. <http://www.economy-web.org/?p=263>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН МІЖ ЄС ТА УКРАЇНОЮ

Характерними ознаками зовнішньої торгівлі України є сировинний напрям експорту до ЄС та зростання частки агропромислової продукції. Україна сьогодні посідає третє місце у світі серед постачальників продукції АПК до ЄС після США та Бразилії.

Аналізуючи доступ вітчизняної продукції на ринок ЄС, варто відзначити, що зниження мита або його скасування стимулює двосторонню торгівлю, але наявна структура експорту та імпорту демонструє небезпечну для України технологічну диспропорційність: сировинний імпорт з України та високотехнологічний експорт ЄС; збереження негативного сальдо за більшістю груп товарів; обмежений доступ вітчизняного бізнесу на європейський ринок.

При цьому, враховуючи дію зони вільної торгівлі та введення безтарифних квот, вітчизняні виробники отримали наступні переваги: зниження митних бар'єрів; вирівнювання умов ведення бізнесу між Україною та ЄС; використання нових інструментів пошуку партнерів через Європейську мережу підприємств; застосування практичних інструментів та механізмів ЄС для розвитку малого й середнього бізнесу; альтернативний внутрішньому ринок; залучення технологічних та інноваційних рішень; полегшення доступу до новітніх та інноваційних технологій виробництва й устаткування [1, с. 290].

Проте в українському експорті надалі зберігається тенденція щодо домінування сировинної продукції. Для того щоби частка готової продукції в зовнішньоторговельному обігу України зростала, потрібно модернізувати вітчизняну торговельну стратегію шляхом: вдосконалення законодавства; зниження тарифних та нетарифних бар'єрів; удосконалення роботи державних органів контролю та надання необхідних пакетів документів експортерам; дотримання санітарних умов; введення єдиної

системи стандартизації згідно вимог ЄС; посилення захисту прав інтелектуальної власності; зростання якості та конкурентоспроможності продукції [2].

У зв'язку з цим наразі дуже важливо розробити Державну програму імплементації технічних стандартів та регламентів ЄС. У сфері технічного регулювання в Україні спостерігаються зрушення лише в горизонтальному напрямі, тобто ініціатива належить державі за рахунок надання фінансової допомоги від ЄС, а у вертикальному напрямі ініціатива має виходити з боку виробників. Але склалася ситуація, коли виробники продукції віддають перевагу торгівлі з третіми країнами, що не потребує від них капіталовкладень та інвестицій у розробку технічних регламентів, впровадження нових технологій, отримання сертифікатів і дозвільних документів для поліпшення якості продукції [3, с. 23].

Важливим напрямом розвитку залишається подолання диспропорцій у розвитку регіонів. Серед регіонів-лідерів за експортом варто відзначити Дніпропетровську область (15,8 % загального експорту в ЄС), де розташовані металургійні заводи, а також Запорізьку, Донецьку, Львівську, Полтавську, Вінницьку області і м. Київ. Найбільше продукції імпортує м. Київ – 42,3 % у 2019 році, а також Дніпропетровська (9,1 %), Київська (6,8 %), Львівська (5,1 %) області. Інші регіони у структурі торгівлі з ЄС займають невелику частку [4].

Експортна політика України по відношенню до Європейського Союзу має три основні вектори розвитку: розширення ринків збуту продукції, тобто географічної структури торгівлі; збільшення асортименту експорту; розробка державної системи стимулів для підвищення якості товарів і збільшення експорту продукції із високою доданою вартістю, тобто готової продукції. Для успішної реалізації політики необхідне зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції, зменшення відставання технологічного рівня виробництва, ресурсного забезпечення промисловості згідно світовим стандартам, а також забезпечення розвитку фінансової,

технічної і інформаційної підтримки товаровиробників, що стимулюватиме виробництво високотехнологічної продукції. Зараз важливо об'єднати зусилля бізнесу та уряду для реалізації потенціалу України, підтримки експортоорієнтованих галузей та використовувати усі наявні ресурси для підвищення обсягу експорту і розширення асортименту товарів [3, с. 25].

Україна виходить на ринок ЄС з новими товарами, серед яких все більшу частку починають займати товари з високим ступенем обробки. Активно використовуються і можливості безмитного експорту в рамках тарифних квот.

Отже, підводячи підсумки, доцільно виділити наступні пріоритети розвитку зовнішньоторговельних відносин України з ЄС: створення системи фінансової підтримки українського експорту до країн ЄС; стимулювання підвищення конкурентоспроможності та якості вітчизняної продукції згідно стандартів і норм ЄС; забезпечення державного пільгового кредитування, страхування і гарантування експортних поставок на європейські ринки; створення механізмів для підвищення ефективності та прозорості митного оформлення; відкриття торговельних представництв України в країнах ЄС з метою активізації тривалих торговельно-економічних відносин між представниками українського і європейського бізнесу.

Список літератури:

1. Артамонова Г.О. Зовнішня торгівля України з ЄС: можливості та виклики / Г.О. Артамонова // Журнал Європейської економіки. - 2019. - Том 18. - № 3 (70). – С. 283 – 295.
2. Кулицький С.А. Зовнішня торгівля України: стан, проблеми й перспективи [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3581:suchasnij-stan-ukrajinskoji-zovnishnoji-torgivli&catid=64&itemid=376
3. Стрембіцька Л.Л. Сучасні тенденції та перспективи розвитку торгівлі України товарами / Л.Л. Стрембіцька // Економічні горизонти. – 2018. - № 1(4). – С. 19 – 27.
4. Офіційний сайт Укрстату [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ СОТ

Для того, щоб реалізувати позитивний потенціал інтеграції України до світового господарства, включаючи вступ до СОТ (особливо в умовах глобальних фінансових економічних змін), нашій державі необхідна стратегія такої інтеграції. Досить обґрунтованою є точка зору А.М. Поручника, який, досліджуючи сутність категорії «національний інтерес» та обґрунтовуючи необхідність запровадження Україною мобілізаційної моделі економічного розвитку, яка базувалася б на поєднанні національної ресурсної бази і світогосподарських рушійних сил, зазначає, що однією із парадигмальних засад такої моделі повинна бути ефективна і поетапна транснаціоналізація національної економіки з використанням політики сильного протекціонізму, який би відповідав національними інтересам[1 с.68].

Повномасштабна інтеграція на європейські ринки забезпечить низку економічних переваг, включаючи покращення інвестиційної привабливості країни, розширення ринків збуту тощо.

Конкурентоспроможність є одним з аспектів забезпечення економічної безпеки, а також задоволення національних економічних інтересів України. Важливими чинниками конкурентоспроможності є інновації, які є основним, важливим та новим двигуном економічного розвитку [3, с. 247]. Але такі фактори конкурентоспроможності українських товарів, як дешева робоча сила, традиційний експорт товарів з низькою доданою вартістю вже вичерпали себе. Особливу увагу слід приділяти використанню поступово нових технологій, що, в свою чергу, призведе до випуску високотехнологічної продукції. Але цей фактор втрачає своє значення через брак інвестицій.

Після вступу України в СОТ перед нашою країною постала також проблема спрощення доступу імпорту на національний ринок, що обумовлює необхідність запровадження державою механізмів захисту вітчизняних

споживачів від низькотехнологічної та небезпечної продукції. З цією метою доцільно забезпечити виконання таких трьох умов: на міждержавному рівні посилити боротьбу з контрабандою, в тому числі шляхом створення для цього відповідних правових інструментів; наприклад, українські митні органи на відміну від митних органів багатьох іноземних держав не мають повноважень для проведення оперативно-розшукових заходів, через що взаємодія між ними не є досить ефективною; запровадити на базі інформаційно-комунікаційних технологій реальне встановлення митної вартості товарів, визначення їхніх якісних характеристик та країни походження; встановити суворі митні процедури для недопущення ввезення в нашу країну продукції, яка не відповідає вимогам українського законодавства щодо її якості та безпеки для споживання. Зріст тіньової частини нашої економіки, через яку країна отримує на 40-50% менше доходної частини бюджету, є великою небезпекою для національної безпеки та незалежності України. Європейський статус України ускладнює його безпосередню користь від азіатської регіональної інтеграції – пільгових інвестицій, митного та торговельного режиму, поширюється на країни Південно-Східної Азії відповідно до Угоди про вільну торгівлю АСЕАН (AFTA). У той же час в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні в контексті реалізації наших економічних інтересів є ряд переваг. По-перше, розвиток співпраці з провідними країнами АСЕАН та АТЕС не матиме наслідків асиметричної залежності для України. По-друге, в найкоротші терміни можна отримати практичні вигоди від такої співпраці. Нарешті, цей вектор здатний виконувати важливу функцію збалансування зовнішньополітичних пріоритетів України в рамках міжнародної системи, що прагне до багатополарності. Вступ впливових партнерів дуже важливий для диверсифікації економічних зв'язків України [2, с. 32].

Для покращення економічної безпеки України, необхідно здійснити низку рішучих заходів: виправити політичну ситуацію в країні шляхом вдосконалення чинного законодавства; поліпшення системи постачання

енергії, встановлення співпраці з країнами Азії; розширення внутрішнього ринку, подолання структурної деформації в економіці; подолання безробіття, створення сприятливих умов праці, запобігання «витоку трудового капіталу» та «польоту мозку»; проведення ефективної інноваційної та інвестиційної політики; створення привабливого інвестиційного клімату; розвиток інтелектуального та трудового потенціалу країни; збереження низького рівня інфляції; встановлення та реалізація чітких зовнішньоекономічних пріоритетів; підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняного виробництва; збереження стабільності національної валюти як засобу накопичення; формування збалансованого енергетичного балансу; створення системи експортного кредиту за підтримки держави; поступове зменшення використання іноземної валюти як засобу оплати на території України.

Виходячи з вищезазначеного аналізу, можна констатувати, що Україна не змогла створити національну економічну систему, яка б забезпечувала поступовий розвиток держави, її незалежність у формуванні та реалізації внутрішньої та зовнішньої політики та розвиток громадянського суспільства Європейська модель. Коли Україна максимально визначить основні її національні та економічні інтереси, вона зможе оптимально реалізувати їх, що забезпечить економічну незалежність та безпеку нашої держави.

Список літератури:

1. Поручник А.М. Національний інтерес України: економічна самодостатність у глобальному вимірі: Монографія. – К.: КНЕУ, 2008. – 352 с.
2. Кириенко Н. Перспективы Украины на рынках стран АТР / Н. Кириенко // Финансовая Украина. – 1996. – № 7. – С. 25–33.
3. Грищенко А. Інтеграційний вектор реалізації національних економічних інтересів України: теоретичні та практичні аспекти. – 2011.

МАКРОЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ОФШОРИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ

Глобальні умови світогосподарського розвитку поряд з динамізацією процесів транскордонного переміщення товарів, послуг і факторів виробництва; зростанням рівня взаємозалежності економік різних країн й активізацією процесів регіональної економічної інтеграції, системною діджиталізацією і мереживізацією міжнародної бізнес-діяльності мають своїм закономірним наслідком поступову уніфікацію податкових систем різних країн. Зазначені процеси набувають свого концентрованого вираження у зближенні діючих у державах податкових ставок, розробленні і впровадженні конвергентних механізмів й інструментів фіскального регулювання, стандартизації умов діяльності інституцій податкового менеджменту та ін.

Між тим, незважаючи на дію зазначених чинників, національні системи оподаткування і валютного регулювання навіть у глобальних умовах залишаються глибоко фрагментованими у функціональному, організаційно-економічному й управлінському вимірах. Так, навіть у національних податкових системах країн Європейського Союзу зберігаються доволі суттєві відмінності у механізмах застосування ПДВ, ставки якого можуть бути як зниженими – від 2 до 12%, так і стандартними – від 15 до 25 % [4, с. 139]. Це суттєво розширює потенційні можливості економічних агентів різної національної належності щодо маніпулювання трансфертними цінами та мінімізації оподаткування, диверсифікації джерел прибутків та нейтралізації діючих вимог валютного законодавства, реалізації агресивних корпоративних стратегій податкового менеджменту та забезпечення конфіденційності кінцевих бенефіціарів капіталу з метою запобігання рейдерських атак.

Як результат – на сьогодні усі ми стаємо свідками активного використання економічними суб'єктами механізмів офшоризації своїх господарських операцій. Про їх сучасні масштаби свідчать такі дані: через

офшорні юрисдикції на сьогодні проводиться близько 60% усіх фінансових трансакцій, до 25% міжнародного руху капіталу, близько 40% сукупних грошових переказів на користь нерезидентів та 8% прямих іноземних інвестицій. Крім того, частка сконцентрованих в офшорах міжнародних банківських активів становить нині 37,9%, міжнародних зобов'язань банків – 44,3%, міжнародних кредитів – 38,0%, міжнародних депозитів – 44,3%, а міжнародних фінансових активів – 12,6%. Якщо ще двадцять-тридцять років назад у світі функціонували лише кілька офшорних центрів, то нині спеціалізованими офшорними юрисдикціями є від 35 до 40 країн [6, с. 3].

Доречно відзначити, що феномен офшоризації є на сьогодні об'єктом досліджень світової наукової спільноти. У сучасних методологічних підходах офшорні зони найчастіше ототожнюються з вільними економічними зонами, на території яких створені особливі податкові умови і пільги для зареєстрованих на їх територіях суб'єктів господарювання, які здійснюють лише екстериторіальні види бізнес-діяльності [5, с. 111]. Як свідчить світовий досвід, основними механізмами використання економічними суб'єктами схем з транскордонного вивезення капітальних активів через офшорні зони є такі, як-от: заниження / завищення вартості експортно-імпортних операцій, проведення контрабандних і «карусельних» схем, толінгові трансакції, фондові операції з цінними паперами, фінансові операції за участі страхових компаній, трастів, лізингових компаній, холдингів та банківських установ. Наприклад, держави-члени Європейського Союзу, що стягують податкові платежі у країнах їх отримання, залишають собі лише 25% від загальної суми податкових доходів, решта ж 75% податкових доходів переказуються державам-членам резидентства реального вигодоодержувача [4, с. 141].

Усі зазначені механізми лежать в основі динамічного зростання в останнє десятиліття транскордонної мобільності фінансових ресурсів та виконання офшорними юрисдикціями низки економічних функцій:

- інтегруючої, яка полягає у забезпеченні офшорними зонами виробництва і споживання послуг та поглибленні процесів регіональної економічної інтеграції;

- інфраструктурної, тобто формуванні офшорними юрисдикціями системи сервісних інститутів, які обслуговують глобальний ринок в особі аудиторських компаній, комерційних банків, засобів ділової комунікації тощо;

- посередницької, яка виявляється у сприянні офшорними зонами мінімізації трансакційних витрат суб'єктів господарювання;

- контрольної, яка полягає у забезпеченні відповідності наявних потреб покупців кількості і якості товарів на ринку [6, с. 3].

Наголосимо, що офшоризація міжнародного бізнесу має цілу низку позитивних макроекономічних наслідків, пов'язаних з розширенням доступу різних груп країн до глобального фінансового капіталу, диверсифікацією джерел поповнення їх державних бюджетів та розвитком виробництва, а також зростанням рівня зайнятості сукупної робочої сили у державах, що презентують офшорні юрисдикції. Разом з тим, не можемо не відзначити і негативних макроекономічних наслідків офшоризації міжнародного бізнесу. Вони набувають свого концентрованого вираження насамперед у наростаючому відтокові капіталу з різних груп країн та дестабілізації їх економічного розвитку; легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, та зростанні глобальних загроз фінансування тероризму. Не слід скидати з рахунків і значного наростання нестабільності динаміки національного економічного розвитку та акумулювання масштабів непродуктивного капіталу, наростання нерівноваги світового фондового ринку та мінливості податкових і процентних ставок на світовий кредитний капітал. Це призводить до значного погіршення інвестиційних рейтингів окремих держав, посилення податкового навантаження на їх платіжні баланси, значне «звуження» оподатковуваної бази і надходження податків до бюджету. Наприклад, поширеною на сьогодні практикою є реєстрація власниками великих торговельних компаній торговельних марок на

zareєстрованих в офшорних зонах підприємствах. Саме в останні переводяться фінансові кошти у формі роялті, що забезпечує збільшення їх фінансового результату до оподаткування на суму роялті [3, с. 305]. Звернімось до цифр: за оцінками авторитетних міжнародних експертів, загальна сума недоплачених міжнародними компаніями податків від офшорних операцій «розмивання» податкової бази становить щорічно близько 220-240 млрд дол. США [1]. Водночас активи, що перебувають у заможних осіб в офшорах, становлять нині близько 10% ВВП всього ЄС; а біля 75% інформації про наявне в цих осіб багатство взагалі не надходить до податкових органів [2, с. 90].

Підбиваючи підсумок, відзначимо, що глобальні процеси офшоризації бізнес-діяльності мають своїм закономірним наслідком динамічне нарощування транскордонних потоків товарів, послуг, капітальних й інформаційних ресурсів. Вони спричиняють глибоку конвергенцію як окремих сегментів глобального ринку, так і національних економік, що стає домінуючим трендом розвитку глобальної економічної системи.

Список літератури:

1. Action 11 BEPS Data Analysis. OECD. URL: <https://www.oecd.org/tax/beps/beps-actions/action11/>
2. Байда А. О., Новіков Д. О. Встановлення кримінальної відповідальності за ухилення від сплати податків з використанням офшорних схем як передумова стабілізації економіки України. Правові горизонти. Випуск 21 (34). Суми, 2020. С. 88-94.
3. Внутрішня торгівля України: монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016.
4. Девко С. Т. Гармонізація податкової політики країн Європейського Союзу в умовах інтеграції. Економічний вісник університету. 2013. Вип. 20 (1). С. 138-142.
5. Никулина О.М. Значение офшорного сегмента в развитии российской экономики. Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2014. № 2 (26). С. 110-119.
6. Смирнов Е. Н. Офшорные схемы в современном международном движении капитала: особенности и механизмы противодействия. Вестник Евразийской науки. 2018, №5, Том 10. URL: <https://esj.today/PDF/66ECVN518.pdf>

СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ PEPSICO В УМОВАХ СПОЖИВЧИХ ПРЕФЕРЕНЦІЙ, ОРІЄНТОВАНИХ НА ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Pepsi-Cola - один з найвідоміших споживчих брендів в світі і один з найдорожчих. Але у компанії існує проблема, покупці все більше зацікавлені в покупці здорової їжі та напоїв.

В таких країнах як США, Мексика, Угорщина, Індія, Малайзія, Ірландія, Норвегія газовані безалкогольні напої обкладають акцизами. Введений в Мексиці податок на газовані напої привів до зниження продажів цукровмісних напоїв, рекламу обмежують у Сінгапурі, продаж забороняють в навчальних закладах США, Ірландія ввела 30% податок на кожний літр напою. Під впливом моди на здоровий спосіб життя споживачі тепер вважають газовані напої більш небезпечними для здоров'я, ніж чистий рафінований цукор або фастфуд. Знизилися навіть обсяги продажу дієтичної коли з нульовою калорійністю [1].

“Всесвітня організація охорони здоров'я” (ВОЗ) вже давно оголосили війну Coca-Cola, PepsiCo і іншим виробникам содової [2]. У вересні 2016 року Всесвітня організація охорони здоров'я порекомендувала державам вимагати податки на солодкі газовані напої.

До недавнього часу PepsiCo використовувала в своїх газованих напоях замінник цукру – аспартам. Через характерний присмак його хочеться запити. Від цього споживання напою, разом з цукром і калоріями тільки збільшується[3].

Активісти, працівники шкіл та батьки учнів з початку нульових намагаються домогтися введення акцизів на газовану воду. Вони прагнуть, щоб влада прирівняла її до сигарет і міцного алкоголю. Втім, поки корпоративним лобістам вдається відбивати ці ініціативи: сьогодні податок на газовану воду офіційно прийняли тільки в США, в штаті – Каліфорнії. Через це продажі знизилися на 10% [4].

На сьогоднішній день у світі, та на ринку України покупці віддають перевагу органічним продуктам, якщо вони навіть дорожче ніж їх аналоги. Через пропаганду здорового харчування покупці хочуть бачити в складі продукту якомога менше жирів, цукру, і інших інгредієнтів які потенційно можуть спричинити негативний ефект на їх здоров'я [5].

Зміни в звичках вживання газованих напоїв, схоже, частково стали результатом гучної кампанії з викорінення газованих напоїв. У шкільних кафетеріях і торгових автоматах більше немає звичайних газованих напоїв. Багато роботодавців і державних установ також заборонили їх продаж. Щоб в таких умовах бути конкурентним, компанії PepsiCo варто переглянути концепцію, і склад продукції, що випускається.

На прикладі чіпсів торгів марки "Lays", в складі ми можемо побачити пальмову олію, яке за численними дослідженнями є шкідливим продуктом, що сприяє підвищенню рівня холестерину, а також провокує розвиток захворювань серця, судин і ожиріння. Отож, компанії PepsiCo слід випустити альтернативну лінійку продукції чіпсів з мінімальною кількістю жирів, і натуральними ароматизаторами, і смаковими добавками.

На ринку безалкогольний газованих напоїв компанія PepsiCo у всіх асоціюється з Pepsi, головним конкурентом напою Coca-Cola. Головна умова для перемоги на конкурентному ринку - ціна, але не у випадку з органічними продуктами.

Задля заохочення потенційних покупців до купівлі своєї газованої продукції, компанія PepsiCo випустила на ринок продукт "Pepsi-Cola MAX". Це все та ж звичайна Pepsi-Cola, але без калорій, оскільки негативний ефект на здоров'я людини чинить не тільки кількість калорій, але і сам склад продукту.

Щоб захопити весь споживчий ринок, потрібно запропонувати кінцевому споживачеві відразу кілька варіантів. По-перше, звичайний продукт - газувана вода, «снеки», з великою кількістю жирів, калорій, з ненатуральними барвниками, і ароматизаторами, та низькою ціною.

Другий тип продукту повинен бути середньою ланкою. Це може бути така ж газувана вода, але без цукру, з додаванням цукрозамінників, з меншим, або повною

відсутністю калорій, і дуже бажано такою ж ціною як і у випадку зі звичайними продуктами з великою кількістю цукру, жирів, тощо.

Третій тип продукції повинен бути максимально органічним. На прикладі чіпсів це може бути повна відмова від пальмового масла, додаванням натуральний барвників, і ароматизаторів. У напоях використовувати натуральні екстракти, і еко упаковку. Ціна може бути на 30% більшою, ніж решта продукції. Так як це новий, органічний продукт, їм будуть цікавитися і його купувати.

До кожного типу продуктів варто якомога більше додати різних смаків, щоб задовольнити різноманітні потреби клієнта, так як продавати один і той же продукт протягом багатьох років дуже ризиковано для компанії, але є і виключення. Потрібно диверсифікувати як продуктову номенклатуру так і ризики компанії.

Також важливу роль відіграє смак продукції. На сьогоднішній день попит має тенденцію до збільшення на смаки з максимально наближеними до натуральних, або зовсім натуральним, без великої кількості цукру, підсолоджувачів, з натуральним кольором.

Отже, на сьогоднішній день кінцевому споживачу пропонується велика кількість продуктів із великою кількістю інгредієнтів, котрі шкодять нашому здоров'ю. Щоби уникнути потенційних обмежень у рекламі, та місцях продажу своєї продукції у майбутньому, компаніям рекомендується випустити альтернативні продукти на основі низької кількості жирів, цукру, з натуральними ароматизаторами та фарбниками.

Список літератури:

1. Alternative Beverages: what they are and where they're headed <https://www.repsly.com/blog/consumer-goods/alternative-beverage>

2. ВОЗ проти виробників газованих напоїв <https://www.interfax.ru/business/532796>

3. PepsiCola aspartame <https://www.foodnavigatorusa.com/Article/2015/04/24/PepsiCo-replaces-aspartame-with-sucralose-in-Diet-Pepsi-in-US>

4. Sugary drinks taxation in California <https://lao.ca.gov/Publications/Report/3903>

5. Soda taxes <https://www.urban.org/policy-centers/cross-center-initiatives/state-and-local-finance-initiative/state-and-local-backgrounders/soda-taxes>

МІСЦЕ ОФШОРНИХ ЗОН У СУКУПНОСТІ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ

Світові фінансові центри є ланкою цілісного ланцюга, який генерує світовий капітал [1; 2]. Термін «офшорні зони» має на увазі будь-яку країну з низькою чи нульовою податковою ставкою на окремі або всі категорії доходів, певний рівень банківської або комерційної секретності, мінімальну чи повну відсутність резервних вимог центрального банку або обмежень щодо конвертованої валюти. У більшості офшорних зон існують порівняно прості вимоги до ліцензування й регулювання фінансових та інших компаній. Характерною особливістю офшорних зон порівняно з багатьма державами, що мають низьку або нульову податкову ставку на всі або певні категорії доходу і забезпечують деякий рівень банківської та комерційної секретності, є наявність особливих законодавчих гарантій фінансової секретності та можливостей для податкового планування [3, с. 231]. Офшорні фінансові центри існують у всьому світі, згідно з оцінками ООН від 60 до 90 держав практикують розвиток офшорної індустрії на своїй території.

Сучасний стан глобалізації фінансових ринків призвів до активного залучення офшорних фінансових центрів і податкових гаваней для забезпечення ефективності міжнародного руху капіталів. Офшорне підприємництво є ефективним засобом підвищення прибутковості міжнародного бізнесу, оскільки дозволяє суттєво знизити податкове навантаження. Саме це, разом із майже відсутністю нагляду та управління з боку держави за діяльністю підприємств із офшорним статусом, обумовили поширення податкових гаваней у бізнесовій практиці підприємців усіх країн світу [4, с. 291].

На сьогодні жодна держава не може реально контролювати сучасні офшорні фінанси, оскільки введення регулювання в одному місці призведе до переміщення капіталу в інше місце.

Офшорні зони відіграють значну роль та надають вагомі можливості для розвитку юрисдикцій, на яких вони розташовані. Більшість офшорних зон – це території з цілим набором несприятливих чинників, що заважають їх стабільному розвитку, зокрема: віддаленість, несприятливі кліматичні та ландшафтні умови, відсутність власного виробництва, мінеральних і корисних копалин, недостатній розвиток промислової сфери, низька кількість населення й інші. Саме пільгові умови для іноземних інвесторів стимулюють залучення та приток капіталу, що, своєю чергою, приваблює кваліфікованих спеціалістів та сприяє економічному розвитку держави. У деяких країнах офшорний бізнес приносить до 50% доходів і забезпечує робочими місцями населення [5].

Основним негативним ефектом використання офшорних схем компаніями-резидентами на національному рівні є відтік капіталу. До того ж, відбуваються такі зміни в національних економіках [4, с. 294]:

- скорочення державного бюджету через зниження податкових надходжень;
- структурні деформації в економіці;
- зменшення національних інвестицій всередині країни;
- закріплення підпорядкованості держави іноземним позикам;
- порушення стабільності фінансового ринкового балансу країни.

Усе це негативно позначається на конкурентоспроможності держави на світовому ринку і в сукупності призводить до подальшого ослаблення національної економіки.

Саме тому розуміння сутності офшорних зон необхідне не лише для запобігання незаконним операціям і боротьбі з податковою оптимізацією, але і для розуміння їх статусу як міжнародних фінансових центрів.

Незважаючи на всі негативні аспекти функціонування офшорних зон, повністю відмовитися від їх використання на сьогодні не доцільно ні для територій, які вважаються «податковими гаванями», ні, тим більше, для компаній, які успішно використовують переваги цих зон.

Список літератури:

1. Ліфанова М. І. Міжнародні фінансові центри: поняття, умови та стадії формування. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 17. С. 21-24.

2. Ухналь Н. М. Особливості розвитку міжнародних фінансових центрів в умовах глобалізації фінансової системи. *Наукові праці НДФІ*. 2015. Вип. 2. С. 17-32.

3. Франчук В. І., Пришла А. С. Основні наукові підходи до визначення поняття «офшорні зони». *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна*. 2015. Вип. 1. С. 229-237.

4. Лебідь О. В., Гаркуша В. О. Особливості діяльності офшорних зон та їх роль у системі світових фінансових центрів. *Бізнес-Інформ*. 2019. № 11. С. 290-296. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-11_0-pages-290_296.pdf (дата звернення 28.10.2020).

5. Карлін М. І. Фінансові офшори. Луцьк : Видавництво «Вежа-Друк», 2016. 240 с.

Шацька Д.О. (магістрант)

РОЗВИТОК ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ В УКРАЇНІ

Український ринок злиттів та поглинань має дуже невеликі обсяги, проте має дуже великі перспективи щодо розвитку, виходячи зі світових тенденцій. Угоди злиття та поглинання в українській реаліях мають недостатній ступінь прозорості для забезпечення відповідності стандартам світового ринку. Для цього необхідно існування методів чесної оцінки, аудитів та етики функціонування ринку.

Процес здійснення угод злиття та поглинання є досить новим явищем для України, яке передбачає появу структуру цього процесу та нових світових стандартів.

У роботі були використані різні загальнонаукові методи дослідження та в першу чергу – метод аналізу, дедукції та порівняння. Завдяки виокремленню цих методів було проаналізовано низку наукових джерел та зроблено висновки щодо основних типів оцінки угод злиття та поглинання, а також висновки щодо перспектив розвитку ринку угод злиття та поглинання в Україні.

Проблематика угод злиття та поглинання неоднорозово була розглянута у наукових роботах вітчизняних та іноземних науковців, таких як: Гохан Патрік, Пітер Латос, а також у інформаційних та статистичних виданнях: McKinsey “6 types of successful M&A”; CFIEducationInc.

Отже перш за все необхідно розуміти визначення процесу злиттів та поглинань, типи та передумови виникнення цих угод.

Саме терміном «Злиття» визначається об'єднання двох компаній, в якому лише одна компанія продовжує своє функціонування, а інша припиняє своє існування. Коли відбувається таке злиття – компанія, яка здійснює таке поглинання – приймає усі активи та зобов'язання компанії, що поглинається [1].

Основним мотивом або передумовою здійснення угод злиття та поглинання є експансія – для цього поглинається компанія в цікавій географічній зоні, або сфері бізнесу.

Також злиття може надати певні синергетичні переваги для компанії, яка здійснює поглинання. Наприклад, у вигляді доповнення двох видів економічної діяльності або навпаки – у вигляді диверсифікації, яка дозволяю здійснювати розширення бізнесу у нових видах економічної діяльності.

Український ринок злиття та поглинань має досить коротку історію, це відбувається насамперед тому, що Україна не так давно здобула незалежність і отримала перші ознаки ринкової економіки, яка дотепер трансформується, залежно від політичного керівництва країни.



Рис.1. Динаміка обсягу угод злиття та поглинання в Україні у млн.дол.США (2013-2018) [4]

Тим не менше, завдяки гарній спадщині СРСР, сприятливим умовам ведення сільського господарства, зручному розташуванню на транзитній території між Азією та Європою та багатій на корисні копалини землі, Україна, однак, залишається привабливою для інвесторів.

Ситуація на ринку злиття та поглинання протягом останніх кількох років була дуже поганою, через нестабільну політичну ситуацію, зростання інфляції та валютні ризики.

Згідно з щорічним звітом про злиття та поглинання KPMG 2018, який проілюстровано на рис. 1, ми бачимо, що ситуація набагато покращується з 2013 року.

Але, якщо ми подивимось не лише на величину угод злиття та поглинання, але на їх кількість на рис. 2, ми бачимо, що з 2014 року кількість угод злиття та поглинання зростає, але ситуація все ще не така хороша, як у 2013 році та необхідно декілька років, щоб досягти рівня 2013 року.



Рис.2. Динаміка загальної кількості угод злиття та поглинання в Україні у 2013-2018 рр.[4]

Український ринок злиттів та поглинань дуже малий за обсягом, але має дуже високі перспективи для розвитку. Майже всі операції, що відбуваються на ринку, не мають достатньої прозорості та не задовільні міжнародним стандартам проведення операцій злиття та поглинання. Задля прозорості на цьому ринку вперше повинен бути метод чесної оцінки та аудиту, а також етичний принцип

функціонування ринку злиття та поглинання. Для справедливої оцінки існують різні стратегії та методи оцінки, які необхідно впровадити на ринок, а саме (DCF, мультиплікатори, фундаментальний та технічний аналіз) [2].

Український ринок злиттів та поглинань дуже малий за обсягом, але має дуже високі перспективи для розвитку. Майже всі операції, що відбуваються на ринку, не мають достатньої прозорості та не задовільні міжнародним стандартам проведення операцій злиття та поглинання. Задля прозорості на цьому ринку вперше повинен бути метод чесної оцінки та аудиту, а також етика функціонування ринку злиття та поглинання. Для справедливої оцінки існують різні стратегії та методи оцінки, які потрібно впровадити на ринок, а саме (DCF, мультиплікатори, фундаментальний та технічний аналіз).

Таким чином, підсумовуючи, можна зробити висновок, що правильна оцінка компанії може вплинути не тільки на майбутню угоду, але й на всю діяльність в цілому. Розвиток злиттів та поглинань, у випадку України, може слугувати зеленим або червоним світлом для іноземних інвесторів - чим більш прозорим буде ринок, оцінка компаній та публічність процесу - тим привабливішою буде українська економіка для приватних інвесторів.

В даний час ми можемо спостерігати лише появу ринку злиття та поглинання в Україні, але перспективи, які може забезпечити ефективно впровадження в українські ділові реалії, можуть допомогти розвинути найбільш ефективну українську економіку.

Список літератури:

1. «Слияния, поглощения и реструктуризация компаний», П.Гохан - Альпина Паблишер, 2017. 723с.
 2. What are the Main Valuation Methods? CFI Education Inc. 2019. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/valuation/valuation-methods/>
 3. McKinsey “6 types of successful M&A”. McKinsey Insights. 2019. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-six-types-of-successful-acquisitions>
- Latos P. Ukrainian M&A continues to build momentum following another year of double-digit growth: KPMG Report 2019. URL: <https://home.kpmg/ua/en/home/media/press-releases/2019/02/ukrainian-ma.html>

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО УКРАЇНИ З КАНАДОЮ У РЕАЛІЗАЦІЇ ЇЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ

В сучасних умовах глобалізації відбувається посилення конкурентної боротьби на світовому ринку товарів і послуг. Для національних економік важливим є формування стратегічного партнерства між країнами, спрямованого на реалізацію національних економічних інтересів. Одним із ключових стратегічних партнерів для України в системі торговельних відносин є Канада, з якою в 2016 році було підписано Угоду про зону вільної торгівлі. Визначення подальших напрямів розвитку стратегічного партнерства України з Канадою є актуальною проблематикою та потребує наукового дослідження.

Відповідно до Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та Канадою передбачено встановлення 0% імпортного тарифу для аграрної продукції з України. В той же час канадські виробники отримали скасування мита на 72% товарів з відповідними перехідними періодами застосування даних квот.

Розвиток торговельних відносин між Україною та Канадою було започатковано в 1991 році підписанням Декларації про відносини між Україною і Канадою. В подальшому до нормативної бази регулювання співробітництва були добавлені наступні правові акти: Спільна Декларація про встановлення дипломатичних відносин між Україною і Канадою від 27 січня 1992 року; Декларація про економічне співробітництво між Україною і Канадою від 7 липня 1992 року; Спільна Декларація про особливе партнерство між Україною і Канадою від 31 березня 1994 року; Угода між Урядом України та Урядом Канади про торговельні та комерційні відносини від 31 березня 1994 року; Угода між Урядом України і Урядом Канади про сприяння та захист інвестицій від 24 жовтня 1994 року; Угода між Урядом України і Урядом Канади про економічне співробітництво від 24 жовтня 1994 року; Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою від 11 липня 2016 року [1].

Саме останній нормативний акт визначив загальну концепцію розвитку стратегічного торговельного співробітництва між Україною та Канадою.

В табл. 1 наведено динаміку показників торгівлі України та Канади за 2010-2019 рр.

Таблиця 1

**Динаміка показників торгівлі України та Канади за 2010-2019 рр.,
млн. дол. США [2]**

	Експорт товарів з України до Канади	Імпорт товарів до України з Канади	Сальдо торгівлі
2010	73,27	160,20	-86,94
2011	122,60	207,83	-85,23
2012	107,24	193,05	-85,80
2013	57,44	243,07	-185,63
2014	72,57	191,53	-118,97
2015	30,16	206,29	-176,13
2016	28,89	217,31	-188,42
2017	50,39	299,20	-248,81
2018	78,15	333,09	-254,94
2019	85,51	194,73	-109,22

Наведена динаміка торгівлі України та Канади за 2010-2019 рр. вказує на приріст українського експорту з 73.27 до 85.51 млн. дол. США, при цьому імпорт товарів з Канади до України зріс з 160.20 до 194.73 млн. дол. США, а сальдо торгівлі було стабільно від'ємним (на користь Канади), при цьому найбільший рівень негативного сальдо був в 2018 році (254,94 млн. дол. США), а після впровадження зони вільної країни між державами загалом Канада почала більш динамічно експортувати товари до України (за виключенням 2019 року).

Темпи приросту експорту і імпорту в торгівлі України та Канади за 2010-2019 рр. наведено на рис. 1.

Аналіз темпів приросту експорту і імпорту в торгівлі України та Канади за 2010-2019 рр. вказує на співпадіння трендів зростання та скорочення як імпорту так і експорту, що вказує на вплив світових кон'юнктурних факторів на інтенсивність торговельної взаємодії між державами.

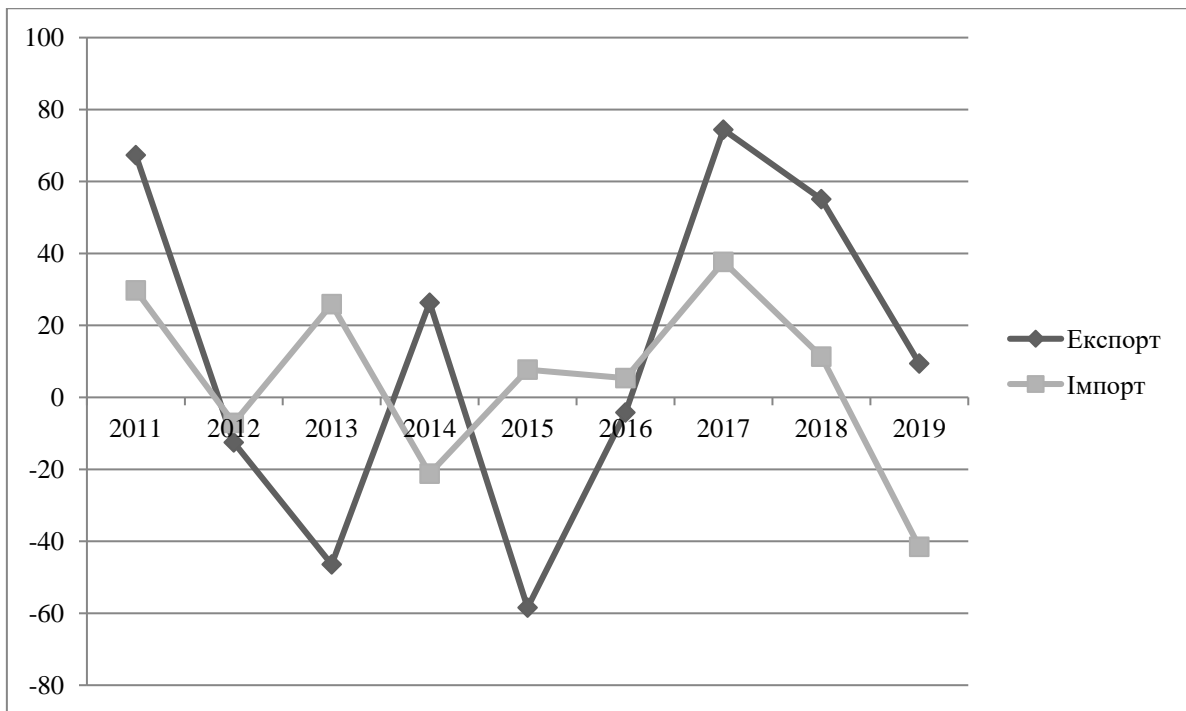


Рис. 1. Темпи приросту експорту і імпорту в торгівлі України та Канади за 2010-2019 рр., % [1]

В імпорті товарів з Канади в 2019 році частка України склала 0,025% (114 млн. дол. США з 446 млрд. дол. США сумарного імпорту товарів з Канада в 2019 році). У порівнянні з 2018 роком частка України в імпорті товарів з Канади скоротилася на 0,011 п.п. (в 2018 році вона дорівнювала 0,037%, а сукупний імпорт товарів з Канада - 450 млрд. дол. США).

ТОП-5 товарів, імпортованих з Канади в Україну в 2019 році:

- 22% (26 млн. дол. США): 0303 - Риба морожена;
- 8,65% (9,94 млн. дол. США): 0306 - Ракоподібні з панцирами або без панцира;
- 8,17% (9,39 млн. дол. США): 0203 - Свинина свіжа, охолоджена або заморожена;
- 7,09% (8,14 млн. дол. США): 8703 - Автомобілі легкові та інші моторні транспортні засоби;
- 4,22% (4,85 млн. дол. США): 2309 - Продукти, що використовуються для годівлі тварин.

В експорті товарів в Канаду в 2019 році частка України склала 0,024% (110 млн. дол. США з 453 млрд. дол. США). У порівнянні з 2018 роком частка України в експорті товарів в Канаду збільшилася на 0,003 п.п. (в 2018 році вона дорівнювала 0,021%, а сукупний імпорт товарів в Канаду - 459 млрд. дол. США).

ТОП-3 експортованих в Канаду товарів з України в 2019 році:

- 14,9% (16,5 млн. дол. США) 2009 - Соки фруктові (включаючи виноградне сушло) або соки овочеві;
- 8,59% (9,47 млн. дол. США): 8516 - Електричні водонагрівачі акумулювальні або безінерційні, електронагрівачі заглибні;
- 6,88% (7,58 млн. дол. США): 3206 - Барвники інші.

Ключовими напрямками розвитку торгівлі між Україною та Канадою є захист національних інтересів в рамках зони вільної торгівлі, зокрема, Україна повинна більш динамічно експортувати до Канади спеціалізовані товари нашої діяльності. Зокрема, структура експорту України до Канади має значну частку недорогоцінних металів, хімічної промисловості, харчової продукції, транспортних засобів, механічного обладнання та інтелектуальних послуг. За рахунок даної активізації експорту України до Канади можна урівноважити платіжний баланс в торгівлі між Україною та Канадою.

Список літератури:

1.Посольство України в Канаді // Режим доступу:
<https://canada.mfa.gov.ua/>

2.Дежавна служба статистики України // Режим доступу:
<http://www.ukrstat.gov.ua/>

Грищук А.С. (магістрант)

ПОДАТОК НА ВИВЕДЕНИЙ КАПІТАЛ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ОФШОРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

За останні декілька років, як виконавча, так і законодавча гілки влади часто заявляють про впровадження такої законодавчої ініціативи як податок на виведений капітал (ПВК), який повинен замінити податок на прибуток

(ПП). Хоча ПБК ще не введений в Україні, ймовірність його прийняття в найближчі роки залишається досить високою, що характеризує актуальність досліджуваної проблематики.

На сьогоднішній день, базою оподаткування є прибуток підприємства, який формується в Україні та за її межами. Нині це є прибуток підприємства після вирахування усіх операційних, фінансових та інших операційних витрат. Базова податкова ставка складає 18% для усіх підприємств.

ПБК базується на нестандартному виді корпоративного оподаткування, який було вперше запровадженого в Естонії в 2000 році. Свого часу аналогічний податок вводили в низці таких країн як Македонія й Молдова, де згодом його було згодом. На сьогоднішній день, лише Естонія залишається єдиною країною, де даний податок працює вже багато років. Грузія ввела податок схожий до естонського у 2017 році. Хоча ПБК не є загальноприйнятою європейською практикою й, в свою чергу, належить до нестандартних та малопоширених систем оподаткування [1].

Основна відмінність між ПП та ПБК полягає в тому, що ПБК - це податок на розподілений прибуток. Натомість ПП базується на річних фінансових звітах компаній, де базою оподаткування виступає кінцевий фінансовий прибуток. Інша важлива відмінність полягає в тому, що нерозподілений або реінвестований прибуток компаній більше не буде оподатковуватися згідно з ПБК. Згідно останнього законопроекту [2,3], податкова ставка становитиме 15% для розподілу прямих прибутків, 20% для розподілу прихованих прибутків й 5% до коштів, сплачених на виконання боргових зобов'язань пов'язаним особам.

Передбачається, що законопроект № 3665 від 16.06.2020 може стати вирішенням питань не лише класичних схем з виводу капіталу, зокрема через виплату роялті, процентів або інвестування в офшорні зони, а й попередить зловживання податковими конвенціями шляхом зниження чи використання нульових податкових ставок на доходи нерезидентів.

Таким чином, прийняття ПВК забезпечить оподаткування усіх операцій, спрямованих на виведення капіталу з бізнесу, зокрема шляхом сплати дивідендів особам, які не є платниками податків. Слід відмітити й те, що запровадження законопроекту разом з новими правилами по оподаткуванню прибутку підприємств матиме позитивний вплив на процес детінізації і деофшоризації економіки України, а також сприятиме спрощенню ведення бізнесу.

Беручи до увагу позицію представників виконавчої гілки влади, зокрема Мінфіну, слід відмітити наступні задекларовані наміри (при прийнятті ПВК):

- **збільшення притоку зовнішніх інвестицій** – відсутність подвійного оподаткування, спрощення системи оподаткування та зменшення адміністративного навантаження й корумпованості фіскальних органів;

- **детінізація/деофшоризація** - зменшення необхідності використання офшорів (при відсутності виведення капіталу - податок нульовий, тоді як при ПП – ставка у 18%), відпадання потреби бізнесу у схемах по податковій оптимізації через єдиноподатників;

- **стимулювання розвитку бізнесу** – подібна податкова система створює сприятливі умови для того, щоб залишати прибуток в межах компанії й надалі інвестувати його у операційну модернізацію підприємств;

- **полегшення адміністрування податків** – запровадження ПВК полегшує розрахунки фінансових відділів компаній та не потребує від податківців знань з МСФЗ й аналізу формування показників фінансової звітності.

Паралельно з впровадженням ПВК, були також запропоновані заходи щодо автоматизації аналізу податкової інформації. Для цього під час здійснення з неплатником податку операцій, які є об'єктом оподаткування згідно Закону про ПВК, в розрахункових документах платником податку зазначатиметься у встановленому НБУ порядку код операції. Після цього, вся інформація про рух коштів, яка буде групована за кодами, надаватиметься ДФС для порівняння з податковою звітністю в автоматичному режимі та

відобразатиметься в електронних кабінетах платників податків. Це так само веде за собою зміни в фіскальній службі України, зокрема у зменшенні адміністративного персоналу, що в кінцевому випадку веде до зменшення ризику виникнення корупції.

Проте не дивлячись на усі переваги введення даного податку, його імплементація у найближчі роки залишається під питанням. Основною причиною є розширення бюджетного дефіциту в 2019-2020 рр. внаслідок зміцнення гривні й виникнення «коронакризи», яка призвела до збільшення соціальних видатків та зменшення бюджетних надходжень (як через прямі, так і через непрямі податки).

Це все накладається й на те, що в найближчій перспективі (2021-2023 рр.) Україні знадобляться значні обсяги фінансування для обслуговування зовнішніх зобов'язань (близько 25% від усього значення зовнішнього боргу, з піком на 2022 рік) [4].

Розглядаючи кількісний вплив, то за розрахунками Мінфіну на кінець 2018 року, бюджетні втрати в перший рік запровадження ПВК можуть скласти від 20 до 25 млрд. гривень (сума втрат без врахування ефекту від детінізації) [5]. Вже на другий рік після впровадження, недоотримання очікуються на рівні 31 млрд. гривень. В той же час, приблизно 50 млрд грн. буде спрямовано на інвестування безпосередньо власниками, що є більш ефективним за витрачання коштів через державний бюджет та призведе до зростання ВВП на 2%.

Свій прогноз склав й Німецька консультативна група Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, які оцінили втрати від зміни системи оподаткування на 40-50 млрд гривень у перший рік запровадження ПВК [6]. Експерти даної групи вважають, що впровадження ПВК буде нести за собою обмежений вплив на ріст зовнішніх, так і внутрішніх інвестицій в Україну.

Так само негативне ставлення висловив Світовий банк [7]. У 2018 році голова Фарук Хан підкреслив, що Україна не готова до втрат, які будуть

викликані введенням даної системи оподаткування. Основна причина - ризик втрати податкових надходжень.

Більш того, МВФ раніше застерігав Україну від введенняПВК, так як його впровадження потребує впровадження так званих “інструментів-компенсаторів”, зокрема збільшення непрямих податків [8]. Наприклад, у Грузії це було підвищення акцизів та податків на автомобілі. Згідно оцінок МВФ, втрати від надходжень становитимуть близько 2% ВВП щорічно (оцінки до виникнення «коронакризи»). Однак, Міністерство фінансів з цифрами МВФ не погоджується. Проте будь-які зміни у податковій системі без обговорення з МВФ- заборонені згідно з правилами програм співпраці.

Так само залишаються й адміністративні ризики. Серед основних слід зазначити:

- ризик додаткового оподаткування**- ризик того, що фіскальні органи під час перевірок можуть прирівняти значну к-ть сумнівних транзакцій до операцій з виведення капіталу, що виллється у їхнє додаткове оподаткування;

- ризик адміністративного тиску з боку правоохоронних органів** - відсутність ефективного захисту інтересів платників податків у судах і силових структурах, а також імовірність рейдерських захоплень – зменшують зацікавленість інвесторів.

Список літератури:

1. <https://voxukraine.org/en/desired-tax-what-will-introduction-of-a-tax-on-withdrawn-capital-lead-to/>
2. http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69156
3. <https://news.dtki.ua/taxation/profits-tax/63162>
4. https://mof.gov.ua/storage/files/MTDS%202019-2022_ENG%20vf.pdf
5. <http://finbalance.com.ua/news/Minfin-pro-PnVK-mozhlivi-vtrati-derzhbyudzhetu-v-pershiy-rik---vid-25-do-46-mlrd-hrn>
6. http://www.ier.com.ua/files//publications/Policy_Briefing_Series/2018/TN_02_2018_en.pdf
7. <https://www.stockworld.com.ua/en/news/vb-protiv-nalogha-na-vyviediennyi-kapital-1>
8. <http://www.uawire.org/imf-prevents-poroshenko-from-submitting-bill-on-withdrawn-capital-tax>

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ І США

В умовах сьогодення торговельно-економічне співробітництво є невід'ємним елементом світової економіки. Передумовою успішного економічного розвитку в Україні є адаптація економічної системи країни до нових реалій сьогодення, зокрема формування та реалізація двостороннього торгово-економічного співробітництва з країною – економічним лідером. Актуальним завданням є розбудова партнерських відносин з міжнародними альянсами та окремими країнами, що сприятиме розвитку та модернізації національної економіки, припливу іноземних інвестицій, виходу на світові ринки товарів і послуг. Враховуючи нестабільну економічну ситуацію, для України пріоритетного зовнішньоторговельного значення набуває саме американський вектор.

Фундамент українсько-американських відносин був закладений у 1992 році, підписанням Угоди про торговельні відносини між Україною і Сполученими Штатами Америки. Це – перший нормативно-правовий акт, що надав можливість спростити процедуру встановлення торговельних зв'язків та комерційних контактів між країнами, визначив порядок вирішення спорів між ними та зазначив основні принципи співробітництва [3].

Український та американський бізнес, незважаючи на вплив факторів та ризиків, завжди були зацікавлені у збільшенні взаємного товарообігу, удосконаленні взаємного доступу на ринки товарів і послуг та створенні нових робочих місць. Обсяги торгівлі товарами між Україною та США наведено на рисунку 1.

На основі рисунку 1, спостерігаємо різноспрямовану тенденцію обсягів експорту товарів. Якщо у 2014 році до США українські експортери відвантажили товарів на суму 667,9 млн дол, то у 2016 році їх обсяг зменшився на 36% і становив 426,6 млн дол. Однак, у 2017 році зафіксовано зростання експортної виручки майже вдвічі до позначки 828,1 млн

дол. Аналіз динаміки обсягів імпорту товарів відображає стійку тенденцію до зростання. Так, вартість імпортованих товарів у 2019 році становила 3284,4 млн дол, що на 322 млн дол або 10,8% більше, ніж за результатами 2018 року.

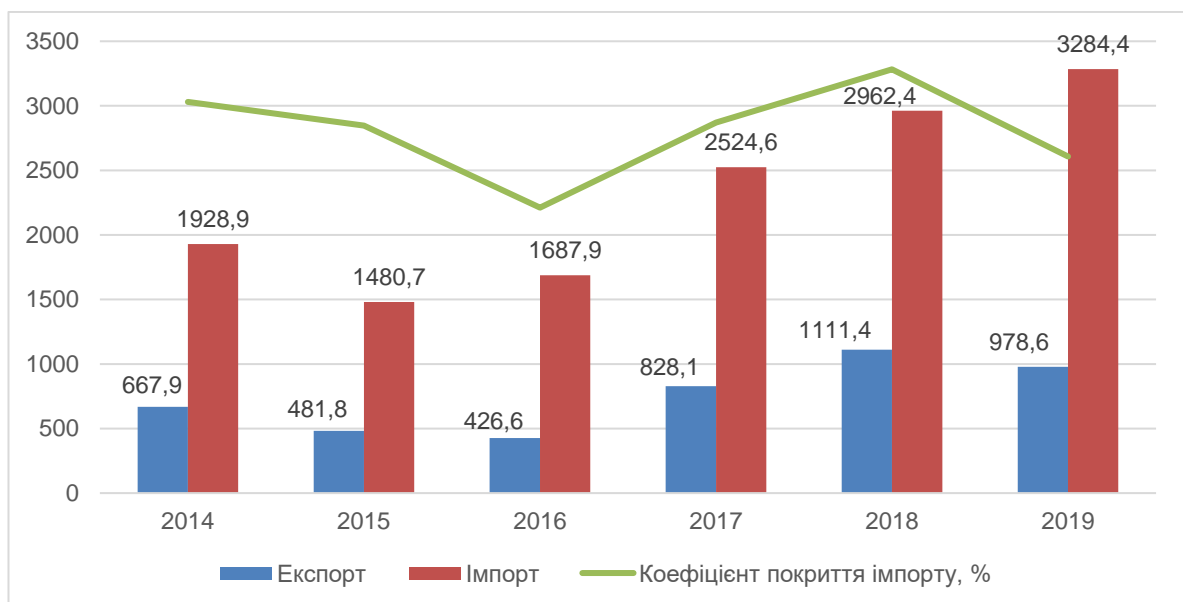


Рис 1. Динаміка обсягів торгівлі товарами між Україною та США за 2014-2019 рр., млн дол США [1]

Коефіцієнт покриття імпорту характеризує масштаб дефіциту торговельногобалансу. Протягом 2014-2019 рр. коефіцієнти покриття імпорту у розрізі торгівлі товарами були менші одиниці, тобто доходи від експорту не перекривали витрати на імпорт. Найменше значення зафіксовано у 2016 році – 0,253, а найбільше у 2018 році – 0,375.

Особливість інвестування з боку США економіки України на сучасному етапі – це кардинальні зміни у структурі американського акціонерного капіталу[5]. Так, рухоме та нерухоме майно відійшли на другий план, звільнивши місце прямим інвестиціям у формі сучасних знань, новітніх технологій, міжнародних «ноу-хау» та інших нематеріальних активів.

Сьогодні, американські компанії активно використовують послуги українських підприємців у сфері програмування, телекомунікацій та наукових досліджень. Обсяги торгівлі послугами між Україною та США наведено на рисунку 2.

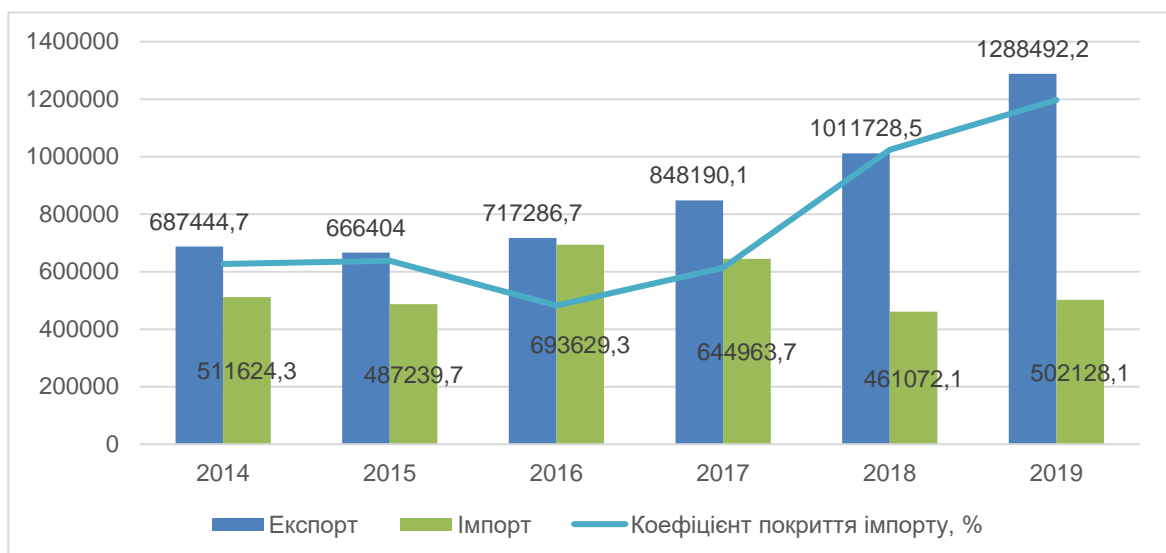


Рис.2 Динаміка обсягів торгівлі послугами між Україною та США за 2014-2019 рр., тис дол США. [1]

Як свідчать дані, наведені на рисунку 2, обсяг експорту послуг протягом досліджуваного періоду постійно зростає. У 2019 році рівень експортних послуг досяг свого пікового значення – 1288492,2 тис дол, що на 87,4% перевищує рівень 2014 року. Така ситуація пояснюється відносно низькою вартістю послуг українських ІТ-спеціалістів, що спричиняє щорічне зростанням частки експорту ІТ-послуг на 10-20%. Протягом 2016-2019 рр. мала місце тенденція зниження обсягів імпорту послуг, так у 2018 році зафіксовано найнижче значення у розмірі 461072,1 тис дол, що на 28,5% менше, порівняно з 2017 роком.

Коефіцієнт покриття імпорту у розрізі торгівлі послугами має позитивну тенденцію до щорічного зростання. За результатами 2019 року коефіцієнт покриття імпорту становив 2,566, що на 0,372 менше, ніж у 2018 році. Це свідчить, що доходи від експорту повністю перекривають витрати на імпорт.

За даними Державної служби статистики України, за підсумками 2019 року:

- загальний товарообіг між Україною та США склав 5,98 млрд дол США;

– обсяг експортних поставок товарів з України до США склав 978,9 млн дол США, що на 11,9% менше порівняно з аналогічним періодом минулого року;

– основу українського експорту в США склали чорні метали та вироби з них, продукти переробки овочів, електричні машини та літальні апарати;

– обсяг імпорتنих товарів з США склав 3284,2 млрдол США, що на 10,9% більше, ніж за цей період у минулому році;

– основними товарами американського імпорту були: палива мінеральні, нафта і продукти її перегонки, засоби наземного транспорту крім залізничного, котли, машини, електричні машини, прилади та апарати оптичні, фотографічні, насіння і плоди олійних рослин, фармацевтична продукція.

Найбільш перспективними напрямками для українських експортерів є поставки в США хімічної продукції, продуктів харчування, товарів народного вжитку та легкої промисловості, продукції машинобудівної галузі, а також надання транспортних, телекомунікаційних та ІТ-послуг[2].

Таким чином, українсько-американське торговельно-економічне співробітництво відкриває нові можливості для України на світових ринках, але наразі не використовується у повній мірі. Підтримка України Сполученими Штатами як впливовим учасником більшості міжнародних організацій сприятиме і поглибленню рівня українсько-американського економічного співробітництва, оскільки фінансова та консультативна підтримка, визнання України провідними міжнародними організаціями забезпечуватиме входження нашої держави у світове господарське середовище[4].

Використана література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України.URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Посольства України в Сполучених Штатах Америки. URL :<https://usa.mfa.gov.ua/>
3. Угода про торговельні відносини між Україною і Сполученими Штатами Америки. URL :https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840_008#Text

4. Мединська Т. І. Торгово-економічне співробітництво України і США в умовах економічної глобалізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. е. наук : 08.00.02. Київ, 2007. 23 с.
5. Зарицька Н. С. Економічне співробітництво України і США у форматі нового світопорядку: дис. ... к. е. наук : 08.00.02. Київ, 2016. 244 с.

Дударенко Є.Ю. (магістрант)

АУТСОРСИНГОВІ МЕХАНІЗМИ КОРПОРАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ БНП

Аутсорсинг, який на світовому ринку динамічно розвивається вже понад 30 років, де-факто став частиною бізнес-стратегії будь-якого великого і / або територіально-розподіленого підприємства. При цьому, в Україні аутсорсинг почав робити перші кроки трохи більше 15 років тому, і застосовують його частіше в міжнародних компаніях, ніж на локальних підприємствах. Існує цілий ряд причин такого «відставання», назовемо лише три з них. По-перше, практика використання застарілих бізнес-підходів: «хочеш зробити добре, зроби сам». По-друге, специфіка бізнесу в Україні та інших пострадянських країнах полягає в пріоритеті тактичних, короткострокових корпоративних стратегій, перед довгостроковим плануванням, в той час як аутсорсинг, безумовно, є рішенням стратегічним. І по-третє, наявний брак профільної літератури, яка б висвітлювала використання аутсорсингу у корпоративних стратегіях БНП.

Метою дослідження є аналіз аутсорсингових механізмів в операційній діяльності БНП, економічних вигід, проблем та ризиків, пов'язаних з переведення частки процесів на аутсорсинг.

В умовах глобалізації та зростання міжнародної конкуренції, багатонаціональні підприємства все частіше стикаються з необхідністю забезпечення власної довгострокової конкурентоспроможності на ринку. Однією з відповідей на дані процеси стає посилення галузевої спеціалізації та міжнародного поділу праці. Акцент на спеціалізації, шляхом передачі другорядних функцій зовнішнім організаціям, в розпорядженні яких є

висококваліфіковані кадри, дозволяє з одного боку знизити витрати на виробничі процеси, а з іншого фокусувати увагу компанії на продукті та безпосередньому задоволенні потреб споживачів. Як наслідок, значного поширення набуває використання аутсорсингових механізмів у корпоративних стратегіях.

Істотний внесок у вивчення та розкриття сутності аутсорсингу, обґрунтування переваг та недоліків, які він забезпечує, зробили сучасні зарубіжні науковці, серед яких Анікін Б. А., Календжян С. О., Хейвуд Дж. Б. та ін. Теоретичні й прикладні аспекти формування і розвитку аутсорсингової форми підприємницької діяльності знайшли відображення у наукових працях таких вітчизняних учених, як Григорак М. Ю., Зозульов О. В., Манойленко О. В. та ін. [6]

Узагальнюючи визначення, запропоновані переліченими науковцями, можемо зробити висновок, що поняття «аутсорсингу» полягає у цілеспрямованому виокремленні певних бізнес-процесів та їх реалізацію на договірній основі іншими організаціями, які мають відповідний досвід, знання, засоби та виконують свої обов'язки в конкретній сфері краще, ніж організація-замовник. Таким чином, використання аутсорсингу зводиться до того, що підприємство зосереджує всі ресурси на тому виді діяльності, який є основним і передає інші функції надійному партнеру.

Варто зазначити, що аутсорсинг не є панацеєю, що звільняє від усіх проблем, це бізнес-інструмент. Ефективність його використання залежить від поточного стану і стратегії бізнесу, поставлених цілей, наявних ресурсів, наявності відповідних практичного досвіду і знань. Надалі перелічені основні можливості та вигоди, на які може розраховувати підприємство, використовуючи аутсорсингові механізми:

Зниження витрат. Найчастіше причиною використання аутсорсингу називають бажання знизити собівартість.

Масштабування ресурсів. Аутсорсинг надає можливість оперативно масштабувати використовувані ресурси. Підприємство переходить до бізнес-

моделі «на вимогу» (ondemand), більш пристосованої для роботи в умовах швидкої зміни кон'юнктури. Окрім цього, модель чудово підходить для компанії, які зростають швидкими темпами.

Фокусування на основному бізнесі. Можливість сфокусувати більше ресурсів, в першу чергу фінансових, а також інтелектуальних і організаційних, на основному виді діяльності, що забезпечує компанії унікальну конкурентну перевагу.

Доступ до дорогої / унікальної експертизи. Бізнес-функції, які не приносять підприємству унікальних конкурентних переваг, часто фінансуються за залишковим принципом, що ускладнює необхідне постійне поліпшення якості важливих допоміжних функцій. Залучати кращих експертів в цих областях на постійну роботу дорого і неефективно. Але такі експерти, як правило, є у постачальників послуг. У зв'язку з тим, що постачальники послуг спеціалізуються в своїй області і обслуговують безліч замовників, вони мають більший пул фахівців. Можливість використання зовнішньої фахової допомоги, якої або немає, або її дорого утримувати всередині організації, називають ще однією причиною використання аутсорсингу.

Доступ до інновацій. Залучення зовнішніх фахівців часто вирішує і питання впровадження інновацій в компанії. Деякі прирівнюють використання аутсорсингу до наявності виділеного підрозділу досліджень і розробки (R&D), оскільки спеціалізований провайдер знайомий з найсучаснішими рішеннями в рамках своєї спеціалізації.

Вивільнення часу керівництва. Зменшенні кількості рутинних завдань в операційній діяльності дозволяє керівництву фокусуватися на розвитку стратегії та підвищенні ефективності ключових бізнес. [1.]

До ключових проблем, які все ще заважають масовому застосуванню аутсорсингових механізмів в Україні слід віднести:

- застарілі бізнес-практики, які ґрунтуються ще на пострадянських підходах до ведення бізнесу, для яких практика використання аутсорсингу була нетипова
- небажання або неможливість прийняття довгострокових бізнес-рішень, а отже неможливість побудови довгострокової корпоративної стратегії, що є базою для можливого використання аутсорсингових механізмів
- значний рівень недовіри до контрагентів, через фактичну відсутність верховенства права, у той час коли аутсорсинг як інструмент може бути ефективним тільки будучи заснованим на рівноправному стратегічному партнерстві, коли дві компанії об'єднані спільною метою і діють відповідно до спільно розробленим планом

Аутсорсинг сьогодні - це швидкозростаюча глобальна індустрія, а також ефективний стратегічний бізнес-інструмент. За минулі тридцять років його розвитку в світі накопичено значний досвід, реалізовані великі успішні проекти, багато підприємств використовують цей інструмент для підвищення конкурентоспроможності свого бізнесу. При цьому аутсорсинг залишається вельми непростим інструментом, що вимагає докладання значних зусиль для підприємства, його організаційної та навіть культурної трансформації, вміння вибудовувати і підтримувати довгострокові бізнес-відносини.

Використана література:

1. Македонський С. Н. Аутсорсинг в стратегії сучасного бізнесу. Кращі практики успішної роботи з постачальниками послуг / С.Македонський– СПб.: Пітер, 2019. – 402 с.
2. WladimirAndreff. Outsourcinginthestrategyofmultinationalcompanies: foreigninvestment, internationalsubcontractingandproductionrelocation[Електронний ресурс] / WladimirAndreff– 2008. – с. 5-34 – Режим доступу:www.researchgate.net/publication/289127922_outsourcing_in_the_new_strategy_of_multinational_companie.
3. КотляровІ.Д. Взаємодія підприємств при аутсорсингу: економічні, організаційні та фінансові аспекти [Електронний ресурс] / КотляровІ.Д. – 2011. – с. 136-143 с. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimodeystvie-predpriyatiy-pri-avtorsing-economicheskije-rganizatsionnye-i-finansovye-aspekty>
4. Дементьєва Т.А. Аутсорсинг - ефективний інструмент оптимізації бізнесу[Електронний ресурс] / Дементьєва Т.А. // Вісник Економічної науки України. – 2011 – №1. – с. 44-47 – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtorsing-effektivnyy-instrument-optimizatsii-biznesa>

5. Газуда Л.М. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Л. Газуда, Т. Салдан // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2015 – №2. – с. 124-128 – Режим доступу: <https://msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/11/2-4-1-2015-21>
6. Зорій, О. М. Особливості застосування аутсорсингу / О. Зорій, Т. Коваленко // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка” – 2013. – Том 14. – № 3. – С. 18-28.
7. Аутсорсинг в Україні і в світі: особливості, тенденції та перспективи [авт. тексту Олена Стахурська], [Електронний ресурс] – Журнал юрист & закон – 2017 – №38. – Режим доступу: https://uz.ligazakon.ua/magazine_article/EA010850
8. Marcela Miozzo. Servicemultinationalsandforwardlinkageswithclientfirms: ThecaseofIToutsourcinginArgentinaandBrazil[Електронний ресурс] / M.Miozzo, D. Grimshaw– 2008– с. 8-27 – Режим доступу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969593107001011>
9. Алтинпара А. О. Аутсорсинг як інструмент розвитку компаній ІТ-сектору України в умовах індустрії-4.0 / А. Алтинпара, О. Корогодова // Галузева економіка: зб. наук. праць / Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»: Економічний вісник НТУУ КПІ – 2019.– С. 140-152.
10. Дергачова В. В. Роль та значення міжнародного аутсорсингу: зарубіжний досвід та перспективи його впровадження в Україні / Дергачова В. В., Островерха Д. В. // Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць. – 2017. – № 14. – С. 93–99.

Шуляк В.А. (магістрант)

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ СТАНУ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

В сучасних умовах глобалізаційного розвитку Україна стає активним суб'єктом на глобальному ринку товарів і послуг. Основний потенціал торговельної діяльності України базується в аграрному секторі.

Основна характеристика торговельного балансу країни характеризується зростанням імпорту на фоні зменшення експорту. Починаючи з 2015 року (в 2014 році сальдо було додатнім) країна швидкими темпами починає нарощувати імпорт товарів, а вже в 2019 році сальдо торгівлі товарами досягло позначки в мінус \$10.3 млрд, що дуже близько до рекордної позначки в 2013-2014 роках. В 2019 році експорт товарів склав \$50,1 млрд, що на 2,8 млрд. дол. більше ніж в 2018 році. При цьому імпорт в 2019 склав 60,4 млрд. дол, що більше на 3,5 млрд. дол. у порівнянні з попереднім роком. В 2019 році для забезпечення росту експорту в країні, українським експортерам довелося

збільшити кількість вивозу грузів з країни у масовому вимірі, що призвело до збільшення експорту на 5,8% у порівнянні з минулим роком.

Наразі найбільший експорт припадає на товари харчової та сільськогосподарської промисловості. У 2020 році вони разом склали 5 655,8 млн дол. (46,2% від загального обсягу). У порівнянні з 2019 роком, відсоток експорту в даному сегменті виріс на 5,9%. Проте при порівнянні обсягу харчової промисловості у 2018 році та у 2019 році, розмір експорту виріс на 19%, що дає можливість зробити висновок про скорочення експорту продукції[1].

Україна багата на руду та мінерали, тому значну частку експорту займає продукція металургійного комплексу – 2 378 млн. дол. (19,1%). На відміну від продукції харчової промисловості, порівняно з 2019 роком кількість експортованого товару зменшилася на 14,6%. Серед основних товарів, експорт яких скоротився, можна виділити: феросплави (-55,3 млн. дол.), прокат плоский (-144,5 млн. дол.), кутики зі сталі (-30,3 млн. дол.).

Не менш важливе місце в експорті товарів країни посідає продукція машинобудування (11%) та хімічної промисловості (9,9%). Обсяги дорівнюють 1 347 млн. дол. та 1 210 млн. дол. відповідно. В порівнянні з минулим роком експорт продукції машинобудування скоротився на 14,6%, що викликано зменшенням виробництва телефонної продукції (-25,5 млн. дол.) та продукції авіабудівництва (-14,7 млн. дол.)

У 2020 році обсяг експорту товарів займає 83,5%, а обсяг послуг складає 16,5%. У порівнянні з імпортом, де товари займають 91,1%, а послуги всього 8,9%, можна зробити висновок що країна зацікавлена в наданні саме послуг на глобальний ринок і розвивається в цьому напрямку. До основних напрямків експорту послуг належать: транспортні (1 247 млн. дол.), комп'ютерні та інформаційні послуги (653 млн. дол.), послуги з переробки матеріальних ресурсів (399 млн. дол.). Імпорт товарів та послуг України складає 26,5 млрд. дол, серед яких 24,2 млрд. дол. належить імпорту товарів і 2,3 млрд. дол. – імпорту послуг. У порівнянні з 2019 роком, імпорт

скоротився на 4 860 млн. дол. Найбільшу частку імпорту товарів складає продукція машинобудування – 7 808 млн. дол. (32,3%). Це на 13,5% менше у порівнянні з даними минулого року. На другому місці серед імпорту товарів знаходиться продукція хімічної промисловості, що складає 5 036 млн. дол. (20,8%). Тут також постерігається динаміка скорочення у порівнянні з минулими роками: менше на 9,8% ніж в 2019 році та на 12% ніж в 2018 році. Найбільшого скорочення зазнав імпорт мінеральної промисловості: 4 112 млн. дол порівняно з 6 180 млн. дол. в 2019 році (-33,6%). Серед основних товарів, імпорт яких зменшився можна виділити нафтопродукти (-880,6млн. дол.), нафтові гази (-552,6 млн. дол.) та вугілля кам'яне (-533,6 млн. дол.)[2].

Серед важливих галузей імпорту послуг можна виділити транспортні послуги (487 млн. дол. – 20,7%), ділові послуги (467 млн. дол. – 19,7%) та державно-урядові послуги (359 млн. дол. – 15,2%). Кожна з галузей скоротилася в середньому на 20% у порівнянні з 2019 роком та на 24,7% у порівнянні з 2018 роком.

Розглядаючи географічну динаміку торгівлі України, можна побачити що наразі найбільшими партнерами в експорті є Європейський Союз (38,0%), Російська Федерація (8,7%), Китай (8,7%) та Туреччина (4,6%). Серед основних партнерів-експортерів виділяється також ЄС (43,7%), Китай (14,1%), Російська Федерація (8,6%) та США (6,4%). Можна проаналізувати та зробити висновок, що ЄС є основним джерелом покупцем української продукції та в той самий час найбільшим продавцем[3].

До основних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі України, на нашу думку відносяться:

1. Пошук нових шляхів транспортування продукції. Через припинення переміщення вантажів через лінію зіткнення залізничними та автомобільними шляхами у межах Донецької та Луганської областей, Україна вимушена шукати нові шляхи експорту продукції в країни Азії.

2. Розвиток технічної та технологічної складової виробництва. В сучасних умовах існування однією з найважливіших задач для країни є

розвиток її експортного потенціалу. Для виходу на нові ринки та відповідності їх стандартам Україна повинна оновлювати технологічну основу своєї промисловості, тим самим створюючи нові товарні групи. Наразі необхідно запровадити заходи для виходу на сучасний рівень виробничої і технологічної бази та запровадити механізми заохочення інноваційної діяльності[5].

3. Вихід на нові ринки. Наразі основним імпортером вітчизняної продукції є ринок ЄС. Інші – це ринки, на яких українські виробники мають значний потенціал для експорту продукції. Наразі визначено більше 20 країн, які мають можливість при правильному підході та виборі інструментів показати досить швидкий і гарний результат. До них відносяться: Туреччина, Китай, Індія, Єгипет, ОАЕ, Ізраїль, Білорусь. Аналізуючи данні торгівлі України за 2018-2020 роки було отримано висновок що наразі Україна активно входить в ринки цих країн та вже має результати з високим потенціалом.

4. Експорт продукції з доданою вартістю. Виходячи з аналітичних даних можна отримати висновок, що Україна експортує в основному сировину, а не готові товари. Через відсутність технологічної бази країна не має можливості створювати повноцінні товари і тим самим стати конкурентоспроможними на ринку. Тому наразі потрібно оновлювати технологічну та технічну складову промисловості країни.

Список літератури:

1. Інфографіка (експорт) [Електронний ресурс] // Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e3c3c882-4b68-4f23-8e25-388526eb71c3&tag=TendantsiiEksportuInfografika-ekspart->.

2. Інфографіка (імпорт) [Електронний ресурс] // Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=7e82c6e6-e65b-44ae-8a9a-48b6851f6d47&tag=Infografika-import->.

3. Товарна структура зовнішньої торгівлі України [Електронний ресурс] // УКРСТАТ. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/zd/tsztt/tsztt_u/arh_tsztt2020_u.html

4. Водяний А. Глобальна торгівля під час коронакризи: могло бути гірше [Електронний ресурс] / Андрій Водяний // LB.ua. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://lb.ua/economics/2020/08/06/463343_globalna_torgivlya_pid_chas.html

5. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України [Електронний ресурс] // Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=354d699d-4648-4112-a81a-919a80555fb7&tag=TendentsiiRozvitkuZovnishnoiTorgivliUkraini>.

Постол І.В. (магістрант)

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ВЕНЧУРНОЇ ІНДУСТРІЇ

Венчур – одне з найбільш динамічних і перспективних напрямків інноваційного розвитку. Завдяки йому були створені та досягли небачених успіхів такі компанії, як Apple, Google та Microsoft; з'явилися абсолютно нові галузі та напрями виробництва, які включають в себе біотехнології, персональні комп'ютери та ІТ індустрію.

Венчурний бізнес – ризикований науково-технічний чи технологічний бізнес. Він є похідним від науки, фундаментальної та прикладної, і з'явився на світ як вимога економічного розвитку в якості відсутньої ланки між наукою і виробництвом [1, с. 83].

За словами І. І. Родіонова, венчурний бізнес є ризикованим бізнесом, що є основною формою технологічних нововведень. Він є характерним для умов комерціалізації результатів наукових досліджень у наукомістких галузях, підвищення ступеня ризиків вкладень капіталу в інноваційні сфери. Цим бізнесом займаються відповідні фірми, які забезпечують створення продукту, беруть на себе пошук і розробку наукової чи технічної ідеї, її апробацію, створенням зразків і моделей для їх передачі на стадію виробництва. У міжнародній практиці по завершенні роботи пов'язаної із створенням продукту, венчурна фірма, як правило, припиняє своє існування [2].

Інвесторами у фонди венчурного капіталу, як правило, є дуже великі установи, такі як пенсійні фонди, фінансові фірми, страхові компанії та університетські фонди – усі вони вкладають невеликий відсоток своїх

загальних коштів у інвестиції з високим ризиком. Вони очікують прибутковість від 25% до 35% на рік протягом усього періоду інвестицій. Оскільки ці інвестиції становлять таку крихітну частину портфелів інституційних інвесторів, венчурні капіталісти мають багато свободи. Ці установи змушують інвестувати у фонд не конкретні інвестиції, а загальний досвід діяльності фірми, "історія" фонду та їхня довіра до самих партнерів.

Венчурні гроші – це не довгострокові гроші. Ідея полягає в тому, щоб інвестувати в баланс компанії та інфраструктуру, поки вона не досягне достатнього розміру та довіри, щоб її можна було продати корпорації або щоб інституційні ринки державного капіталу могли втрутитися та забезпечити ліквідність. По суті, венчурний капіталіст купує частку в ідеї підприємця, виховує її протягом короткого періоду, а потім виходить за допомогою інвестиційного банкіра [3].

Венчурний капітал заповнює порожнечу між джерелами коштів для інновацій (головним чином корпораціями, державними органами та друзями та сім'єю підприємця) та традиційними джерелами капіталу з меншими витратами, доступними для вирішення поточних проблем. Успішне заповнення цієї порожнечі вимагає від венчурного капіталу достатньої рентабельності капіталу для залучення приватних інвестиційних фондів, привабливої прибутковості для учасників та достатнього потенціалу для зростання підприємців для залучення високоякісних ідей, які принесуть високу віддачу [5].

Венчурне фінансування може здійснюватися в різних формах. Здійснюють венчурне фінансування у декілька раундів, що зазвичай означає входження нових венчурних інвесторів у підприємство та передачі нової частки власності засновників підприємства його інвесторам. Тим більшу частку власності втратять засновники венчурних підприємств, чим більше раундів венчурного фінансування буде. Етапи нового внесення інвестиційних ресурсів та входження венчурних інвесторів у підприємство, що залучають венчурний капітал є раундами венчурного фінансування [4, с.162].

Існує 5 основних етапів венчурного фінансування:

Передстартове інвестування (SeedCapital). Тут підходить дескриптор "насіння" від англійського «seed», оскільки він пропонує гроші, які сприятимуть зростанню стартапу. На цьому етапі керівники стартапів можуть ще не мати жодного комерційно доступного продукту, і, натомість, вони, швидше за все, зосереджені на переконанні інвесторів, чому їх ідеї гідні підтримки венчурних капіталістів.

Стартове фінансування (Start-upCapital). Ця стадія подібна до стадії передстартового інвестування. З початковим аналізом ринку та складеними бізнес-планами компанії прагнуть розпочати маркетинг та рекламу товару для залучення клієнтів.

Фінансування розвитку (Second-stageCapital). Хоча її іноді називають «першою стадією», ця стадія в більшості випадків настає лише після перших двох етапів. Отримані на цьому етапі кошти часто спрямовуватимуться на виробництво та виробничі потужності, продажі та маркетинг.

Етап розширення /фінансування більш пізньої стадії (ExpansionStage). На цьому етапі зростання часто є експоненціальним. Відповідно, венчурне фінансування служить як паливо для пожежі, забезпечуючи можливість виходу на додаткові ринки (наприклад, інші міста чи країни) та диверсифікацію та диференціацію товарних ліній.

Передпублічне фінансування/фінансування певної операції (Mezzanine / bridge / pre-publicstage). Досягнувши цього моменту, компанія, можливо, прагне вийти на біржу, враховуючи, що її продукція та послуги знайшли відповідну тягу.

Існують й інші різновиди венчурного капіталу, що не входять ні в одну з перерахованих вище груп. До їх числа відносяться:

– **рятувальне фінансування**, що передбачає виділення коштів для реалізації заходів, що забезпечують відродження підприємства – потенційного банкрута;

– **замішуюче фінансування**, призначене для заміни частини зовнішніх ресурсів фірми власним капіталом[6, с.19-35].

Організаційна структура типового венчурного фонду може існувати у формі самостійної компанії, обмеженого партнерства або асоціації партнерів. Як свідчить світова практика, структурою, яка ідеально підходить для організації венчурного фонду, є договір про партнерство з обмеженою відповідальністю.

Отже, вивчення й аналіз організаційних форм венчурного фінансування та їх особливостей дає можливість зробити висновки, що венчурний капітал та венчурне фінансування, яке здійснюється в різних організаційних формах, є важливим джерелом інноваційного розвитку в економічно розвинених країнах світу. На основі аналізу особливостей організаційних форм венчурного фінансування в більшості країн світу доведено, що джерела формування венчурного капіталу мають значні відмінності й визначаються історично сформованою практикою, яка пов'язана зі специфікою побудови фінансової сфери, законодавства, господарського механізму в кожній державі. Венчурне фінансування існує в різних організаційних формах, але, як свідчать дослідження, домінуюча роль у мобілізації венчурного капіталу належить венчурним фондам у формі обмеженого партнерства.

Список літератури:

1. Кетрін Кемпбел. Венчурний бізнес: нові підходи / Кетрін Кемпбелл; Пер. з англ. - 2-е вид., Випр. - М.: Альпіна Бізнес Букс, 2008. – 538 с.
2. Родіонов І.І. Курс лекцій «Венчурний капітал»/Родіонов І.І., 2005.
3. Кузьмін О. Є. Венчурний бізнес: навч. посібник / О.Є. Кузьмін, І.В. Литвин. – К.: Видавництво «Знання», 2012. – 350 с.
4. Кочур Ю. Г. Форми і типи венчурних інвестицій / Ю. Г. Кочур // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - С. 162-169.
5. Поліщук О.А. Участь України у світових ринках торгівлі венчурними інвестиціями / О.А. Поліщук // Мат. Міжнародної науково-практичної конференції Львівського торговельно-економічного університету «Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах», м. Львів, 26-27 жовтня 2017 р. – Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2017. – С. 152-153.
6. Brad Feld, Jason Mendelson. Venture Deals. 3rd Edition, John Wiley&Sonspubl., 2016.

ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ КОМПАНІЙ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Фармацевтична галузь несе як соціальну роль покращення якості та тривалості життя так і має значний економічний вплив. Вона принесла 0,6 відсотка світового ВВП у 2012 році, що становило 3,8 відсотка від виробничого сектору в цілому [1]. У 2012 році економічна міць сектору приблизно дорівнювала ВВП Аргентини - 434,7 млрд. Доларів США. Ще більший вплив фармацевтичні корпорації мають в розвинених країнах – в 2016 році фармацевтична галузь принесла Європейському Союзу 206 млрд. євро валової доданої вартості та 2,5 млн. робочих місць, що еквівалентно 1,4% загального ВВП ЄС та 0,9% зайнятості в регіоні[2]. Найбільший внесок вносять Німеччина, Великобританія та Франція.

Однак будучи приватними компаніями фармацевтичні корпорації часто ставлять достаток акціонерів перед соціальною функцією. Вони активно лобіюють проти контролю за цінами на ліки. Основним аргументом проти регулювання цін, є те, що високий рівень прибутку дозволяє фармацевтичним компаніям бути ефективнішими в галузі інновацій. Однак при цьому реальні цифри витрат на інновації та на виплату дивідендів та викупу акцій вказують на протилежне – 18 найбільших публічних фармацевтичних корпорацій США за період 2008-2019 рік виплатили акціонерам 335 млрд. доларів США у вигляді викупу акцій та 287 млрд. доларів США у вигляді дивідендів, що на 14% більше ніж витрати на дослідження та розробку препаратів за той самий період.[3] Таку тенденцію можна пояснити зацікавленістю топ менеджменту у зростанні вартості акцій так як їхні компенсаційні плани включають виплати акціями компанії.

Однак навіть ті соціальні переваги які несуть фармацевтичні корпорації розділяються нерівномірно до внеску. Інвестуючи в розробку нових медичних препаратів компанії розраховують окупити ці інвестиції прибутками зі світового ринку. Однак в окремих країнах через більш жорстке регулювання

цін на лікарські засоби така розробка може бути занадто дорогою, що змушує компанії завищувати ціни на інших ринках. Рада економічних консультантів США представила звіт [4] за яким ціни на найпопулярніші лікарські засоби, що відпускаються за рецептом, у ряді багатих зарубіжних країн набагато нижчі, ніж на відповідні ліки у США. Різниця в доходах за країнами не враховує цю диспропорцію. Розрив у цінах між Сполученими Штатами та зарубіжними країнами, який історично збільшувався, обумовлений головним чином контролем за цінами з боку національних регуляторів.

Значною частиною регуляторної структури фармацевтичних корпорацій є регулювання реклами лікарських засобів. Оскільки у випадку несумлінної реклами під загрозу ставиться здоров'я споживача реклама лікарських засобів підпадає під ряд обмежень, а реклама рецептурних ліків, як правило, заборонена. В даний час багато країн не регулюють належним чином просування фармацевтичної продукції, оскільки їм бракує ресурсів, необхідних для фармацевтичного регулювання в цілому[5]. В інших країнах існують передові системи регулювання медицини, але вони не ставляться до регулювання реклами фармацевтичних препаратів з належною увагою. Багато аспектів делеговано фармацевтичній та рекламній галузям для саморегулювання. Це проблематично з двох причин: відсутність прямого зв'язку між нормативними кодексами та самим законом; і невід'ємний конфлікт інтересів у саморегулюванні.

Однак надмірна увага до регулювання ринку ліків може привести до характерної для України проблеми – штучно ускладнених бюрократичних процесів щодо різних процедурних питань, таких як реєстрація нових препаратів. Так ЗУ Про внесення змін до деяких законів України щодо ліцензування імпорту лікарських засобів та визначення терміна "активний фармацевтичний інгредієнт" ускладнює реєстрацію процедуру ліцензування іноземних медичних препаратів що створює умови для монополізації ринку національними виробниками та обмежує наявність ліків які не мають локальних аналогів.

Ці проблеми висвічують недоліки регулювання фінансових аспектів діяльності фармацевтичної галузі як на рівні окремих країн так і на міжнародній арені. Для подолання цих вад потрібна як більш тонка робота на рівні національних регуляторів, так і гармонізація підходів до контролю за галуззю на міжнародному рівні.

Список літератури:

1. Dr. Dennis A. Ostwald Katharina Zubrzycki Julian Knippel - The economic foot print of the pharmaceutical industry, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ifpma.org/resource-centre/the-economic-footprint-of-the-pharmaceutical-industry/>
2. Economic and societal footprint of the pharmaceutical industry in Europe, 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.efpia.eu/media/412939/efpia-economic-societal-footprint-industry-final-report-250619.pdf>
3. William Lazonick, Öner Tulum, Matt Hopkins, Mustafa ErdemSakinç, and Ken Jacobson - Financialization of the U.S. Pharmaceutical Industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ineteconomics.org/perspectives/blog/financialization-us-pharma-industry>
4. The Council of Economic Advisers - Funding the Global Benefits to Biopharmaceutical Innovation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2020/02/Funding-the-Global-Benefits-to-Biopharmaceutical-Innovation.pdf>
5. Lilia Ziganshina and Joel Lexchin - Regulation of pharmaceutical promotion: Why does regulation matter? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://haiweb.org/wp-content/uploads/2020/01/Regulation-of-pharmaceutical-promotion.pdf>

Корягіна К.С. (магістрант)

ОФШОРНІ КОМПАНІЇ В ПРОВІДНИХ БІЗНЕС– РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Актуальність даної теми зумовлена необхідністю інформування економістів та провідних фахівців про головний сьогоденний чинник впливу на економічне становище країни, що виник в умовах глобалізації, такий як офшор. Необхідно також підкреслити важливість розвитку офшорного бізнесу та його проблеми в регіонах України.

Час від часу українські чиновники і деякі власники бізнесу "засвітилися" в медіа-просторі через зв'язки своїх компаній з "офшорними" країнами і територіями. З історичних причин більшість з цих компаній зареєстровані в Києві, головному діловому центрі країни. Але як бути з бізнесом в інших регіонах? В яких регіонах у бізнесу більше "гріхів" зв'язуватися з "офшорами", а в яких він намагається "грати" чесно? Досліджено 5 регіонів з високою діловою активністю і з'ясовано, яка частка компаній має власників і

засновників в "відгалуженнях", в яких галузях економіки вони працюють і які країни їм найбільше подобаються.

Варто відзначити, що в даний час в світі існує кілька визнаних списків "офшорних" країн і територій. У МВФ, ФАТФ (Група розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей), ОЕСР (Організація економічного співробітництва і розвитку) є свої власні списки. В Україні також існують відразу два списки "офшорних" зон. Один з них існує згідно з Постановою Кабінету Міністрів України № 1045.(2). У нього входять 79 нижчих податкових юрисдикцій та країн, відповідні органи яких не забезпечують своєчасний і повний обмін податковою і фінансовою інформацією за запитами Державної податкової служби. Іншими словами, вони є "зовнішніми". Другий перелік існує згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України № 1079-р. У нього входить тільки 41 країна або територія, тобто різниця з першої є суттєвою. Однак заступник директора Контроля з правових питань, юрист Данило Глоба пояснює, що перелік, що міститься в Постанові № 1045, слід розглядати як основний "офшорний" перелік, оскільки мова йде про оподаткування. Другий перелік більшою мірою орієнтований на визначення ризиків фінансових операцій.

Існує кілька мотивів чому бізнес ховається в "офшорах". (4).Перший, найбільш популярний, полягає в приховуванні доходів компанії і ухиленні від сплати податків. Іноді "офшор" допомагає утримати в тіні ім'я реального власника бізнесу. Однак в цих "гаванях" деякі підприємства просто шукають комфорту (зокрема, при роботі з іноземною валютою) і захисту від нестабільної економіки або навіть від рейдерських захоплень. Бізнес Вінницькій, Дніпропетровській, Львівській, Одеській, Харківській областей виявився в центрі дослідження. Всього там працює майже 300 тисяч підприємств. Частка "офшорних" серед них в різних регіонах різниться, але незначно: 4,7% "офшорних" компаній від загальної кількості підприємств Одеської області; 2,4% - в Дніпропетровській області; 2,3% у Вінницькій області; 2% в Харківській області; 1,9% у Львівській області.

Однак кількісно різниця більш виражена: якщо у Вінницькій області налічується трохи більше 400 "офшорних" підприємств, то в Одеській області їх більше 3100 .

Однак "вагу" компаній в регіоні можна оцінити не тільки по їх кількості. (5). Набагато цікавіше виявилися діапазони їх діяльності та фінансові показники. Так, "офшорні" компанії Вінницькій області за 2017 рік генерували 29% від загального обсягу доходів підприємств регіону. Офшорний "бізнес Дніпропетровської і Одеської областей досяг показника по 32%, Львівській - 11%, а Харківської - тільки 7%. Тобто Одеська область знову попереду."Таке" лідерство "Одеської області можна пояснити декількома факторами. По-перше, в цьому регіоні традиційно висока економічна і торгівельна активність. І чим сильніше регіон розвинений промислово, тим більше в ньому" офшорних "компаній. По-друге, на ситуацію впливає географічне становище Одеської області. Це прикордонний регіон, розташований біля моря, тут в цілому потужний міжнародний товарообіг. Однак варто звернути увагу на те, що певна частка підприємств регіону дійсно належить реальним власникам з країн, що входять в список низькоподаткових юрисдикцій (Молдова, Туреччина) ", - пояснив кандидат економічних наук, фінансовий аналітик YouControl Роман Корнилюк.

Виявимо "Офшорні" переваги регіонального бізнесу. У ділових колах Кіпр асоціюється в першу чергу не з курортом, а з одним з "улюблених офшорів" бізнесу, в тому числі і українського. І не дарма. Цей мальовничий острів займає перше місце серед найбільш популярних "офшорних країн" по 4 з 5 регіонів (крім Одеської області), які розглядаються в дослідженні. В цілому ж на Кіпрі знаходяться засновники більше 2,1 тис. Компаній з п'яти зазначених регіонів."Однак найближчим часом ситуація може змінитися. У 2018 році Кіпр змінив своє ставлення до можливостей приховування бізнесу на острові. Тепер він заявляє про значне посилення правил фінансового моніторингу та боротьби з підставними компаніями, що не ведуть бізнес на території Кіпру. Але це ще не допомогло йому вийти зі списку

низькоподаткових юрисдикцій, затвердженого в Україні Постановою Кабінету Міністрів № 1045 ".Молдова і Туреччина, які територіально близькі до України, також потрапили в ТОП-3 "улюблених офшорів".

Очевидно, що український бізнес не зупиняється на відомих "відгалуженнях". Деякі компанії, наприклад, з Харківської і Дніпропетровської областей, "потрапляють" в екзотичну Федерацію Сент-Кітс і Невіс. Інші, а саме 22 компанії з Львівської області, "добираються" до Ангілья, самокерованої заморської території Великобританії в Карибському морі. Деякі компанії вибирають Маршаллові Острови, які розташовані далеко від континентів в центрі Тихого океану, або Йорданію, яка багата історичними пам'ятками.

Однак, розглядаючи компанії, засновники яких є представниками "офшорів", варто звернути увагу на один аспект. "Резиденти України не стоять за всіма юрисдикціями з низькими податками. Іноді за ними можуть стояти іноземні бенефіціари. У свою чергу, іноземні бенефіціари або стоять за якимось класичним островом" офшор ", або можуть бути громадянами традиційних торгових партнерів України, наприклад, Молдови або Туреччини, операції з якими були включені в категорію підконтрольних в рамках трансфертного ціноутворення ".

Проаналізуємо діяльність "Офшорного" бізнесу в регіонах.(1). "Неспеціалізована оптова торгівля" як основний вид діяльності компанії іноді вказує на те, що вона ретельно приховує те, чим займається. При цьому не дивно, що найбільше цей вид діяльності подобається "офшорним" компаніям 5 бізнес-регіонів України. Друге місце за популярністю займає вид діяльності (КВЕД (класифікатор видів економічної діяльності)), який свідчить про таке: "Надання в оренду та забезпечення експлуатації власного або орендованого нерухомого майна". Третій виявився також пов'язаний з нерухомістю.

У той же час в різних регіонах перше місце серед популярних видів діяльності займають різні позиції. Так, найбільші "офшорні" компанії Вінницькій області вказали в якості основного КВЕД "Вирощування

зернових, зернобобових та олійних культур".(3). У Дніпропетровській і Одеській областях картина збіглася з загальною тенденцією - "Неспеціалізована оптова торгівля". "Офшорні" підприємства Львівської та Харківської областей найчастіше займаються діяльністю, яка відповідає наступному KVED - "Надання в оренду і надання в експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна".

Не завжди легко зрозуміти, які країни відносяться до "відгалужених", а які ні, тому що їх списки, складені в Україні і в світі, розрізняються. Крім того, існують "сірі" та "чорні" списки, і навіть в Україні є відразу два списки, що становить певну проблему для регулюючих і контролюючих органів.

Список літератури:

1. <https://youcontrol.com.ua/en/data-research/ofshorny-slid-dilovykh-rehioniv-ukrayiny/>
2. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1079-2020-p#Text>
3. <https://vajr.info/novini/majzhe-30-dohodu-biznesu-vinnychchyny-generuyut-ofshorni-kompaniyi/>
4. Виговська Л. Півтрильйона гривень. У Нацкомісії розповіли про масштаби виведення грошей з України в офшори / Інтернет-потрал
5. Новое время / 28 вересня 2015 р. / [Електронний ресурс] / Режим доступу:<http://nv.ua/ukr/publications/timur-hromajev-golova-nktsprf-71149.html>
6. Дмитро Остапчук, редактор DataVox: Антологія офшорів: Путівник по українській офшорній павутині, 2019 р, 8 с.

Jackson Emmanuel Ekpe (магістрант)

PERSONNEL MANAGEMENT DEVELOPMENT IN PEPSI COLA COMPANY

The global economy is dependent on the successes of multinationals and its subsidiaries, hence the need for personnel management/ human resources management is a vital aspect of an organization success. Also, the successes of any organization greatly depend on the effectiveness and efficiency of its human resource (HR). The skill, knowledge and experience of employees gives organization a competitive advantage since many organizations compete among itself within the markets, industry and the society for dominance. However,

whether this purpose is achieved or not may depend on the organization having the right Human Resources Policies, its development and implementation strategy in meeting the emerging human changes in the system, in terms of their social needs, aspirations, motivations for optimum productivity and self fulfilments. The need for formulation and implementation of good human resources strategy is a hallmark to attract, recruit, select and retain best talent within the system.

Having analyzed the various personnel management development strategies in PepsiCo like trainings, career planning/development, succession planning, coaching and mentoring, seminars and conferences, workshop, simulation, 360 degrees performance review, etc we may conclude that talent management strategy is one of the best approaches in PepsiCo personnel management development.

The core idea of talent management strategy in PepsiCo is performance appraisal. Poor performance indicates the need for retraining. Likewise, good performance may indicate untapped potential that should be developed for the future. PepsiCo uses multiple methods to gauge competencies to help the company build a pipeline of up-and-coming leaders. Leadership Assessment & Development (LeAD) program is a comprehensive strategy to identify and measure potential via an integrated high-potential assessment and development system. [2]

It was found out that PepsiCo developed future leaders via the 70-20-10 framework. That is, working with a future-back mindset. PepsiCo talent management team uses results from LeAD and talent reviews to offer developmental opportunities in all three areas to help shape, refine, align, and accelerate future leaders.[2]

Therefore, managers seek to implement this best practice for effective employees' performance, and in PepsiCo it has high potential for intra-organizational learning across national boundaries because of its diversity and inclusion advantage. The human being is the most vital element in the development process and its ultimate goal. Multinational should pay attention to the management of human affairs and the effort to make humans (employees) an effective contributing member in the development plans within the organizations.

It is the responsibility of those working in the field of human resources management (HRM) and the various managers to properly appraise their subordinates to know which among them needs training/development and which method (s) will yield the best result and how to motivate them. [1]

We also examined financial and economic reasons for personnel management development strategy in PepsiCo, its roles in talent management programs, developing of its employees to increase in its businesses and grow in the market. PepsiCo funds to support education through PepsiCo foundation grants for establishing PepsiCo University, Customer Management University and Global R&D University.

We found some short falls in effective personnel management and development strategy by PepsiCo, which gives some preferences to some employees, which make them earn more than their equals. The issue of breaking the glass ceiling in the management is very crucial if PepsiCo must move faster.

Therefore, there is a high need for personnel management development strategy improvement if PepsiCo must have competitive advantage.

References

1. Taslim Ahammad, Personnel Management to Human Resource Management (HRM):How HRM Functions? // Journal of Modern Accounting and Auditing, September 2017, Vol. 13, No. 9, 412-420
2. <https://www.td.org/magazines/td-magazine/pepsicos-formula-for-leadership-potential>.

Dakhmouche Fahd Abdelaziz (магістрант)

RESEARCH ON THE MARKETING STRATEGY IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY

“The business of selling cars is changing.
New competitive rules will apply.
With these changes comes a shift in power”

Competition in the global market as brought about the need for reshaping the market structure in automobile corporation. The expansion of automobile

manufacturers and their franchised-dealer networks round the globe as also bring about the need for new concepts that will strengthen and extend the value of their brands. The transformation of the automobile business as already started in most advanced countries.

Reformation will provide the automation industry credibility that has long been noted for its high costs, poor service and extremely unpleasant selling process. Auto manufacturers have competed fiercely among themselves to drive out cost and meet consumer needs for cheaper and better cars and trucks. The survivors face new threats from outside the industry that might thwart their renewed interest in building strong, lasting relationships with their customers.

Environmental and energy issues are major issues facing countries in the process of economic development. However, the high pollution and high energy consumption of traditional fuel vehicles have increasingly negative impact on people's survival and development, so the energy transformation of the automotive industry is imminent [1]. In this context, automobile companies around the world have introduced new energy vehicles, mainly hybrid and pure electric vehicles [2] [3]. This kind of automobile has less pollution, low energy consumption, intellectualization and humanization, which meets the needs of automobile transformation [4]. Governments have also issued policies to encourage the development and production of new energy vehicles, laying the foundation for the rapid development of new energy vehicles [5].

PEST is one of the most important models for macro environmental analysis. DOI: 10.4236/ajibm.2019.92020 307 American Journal of Industrial and Business Management J. H. Zhang, R. Wang The PEST model analyses the macro-environment of industry and enterprise from four external environmental factors: politics, economy, society and technology. Specifically, P (Politics) refers to the political forces that have practical and potential impact on the organization's business activities, including government regulation and government subsidies; E (Economy) refers to the level of economic development and future economic trends of a country, including GDP and per capita income; S (Society) refers to the

cultural traditions, values and customs of the society in which the organization is located. T (Technology) refers to inventions that cause revolutionary changes and new technologies related to enterprise production.

SWOT analysis is one of the basic methods of marketing analysis, which is to analyze the competitive situation of enterprises from four aspects (S, W, O, T). Firstly, the strengths (S) of enterprises generally refer to the advantages that enterprises possess, including sufficient sources of funds, good corporate image and strong technical strength; secondly, the weaknesses (W) of enterprises generally refer to the shortcomings of enterprises, including insufficient funds, poor corporate reputation and backward technology; thirdly, the opportunities (O) that enterprises possess generally refer to the enterprises in the process of development. Opportunities that can be exploited to promote their own development, including new products, new markets and new demands; Fourth, threats (T) faced by enterprises include potential new competitors, increased alternative products and changing consumer preferences. The main purpose of SWOT analysis is to construct a set of efficient and concise strategy system, to list complex and difficult problems, and to formulate effective strategies and competitive strategies. Michael Porter put forward four alternative strategies: SO strategy, WO strategy, ST strategy and WT strategy.

Philip Kotler systematically put forward STP strategy: S-Segmentation (market segmentation), T-Targeting (target market selection), P-Positioning (product positioning) [6]. Generally speaking, STP strategy can help enterprises to design products, services and image of the company on the basis of market segmentation, according to their own resource advantages, so that they can occupy a unique position in the minds of target customers.

J-McCarthy first proposed the 4P factors of marketing combination: Product, Price, Place, Promotion. In the process of marketing, it is the market, not the production, that decides what kind of products enterprises need to produce, what price strategies they should make, in what areas and why they should sell commercialized products and carry out relevant promotional activities

From the days of Henry Ford's production line, the automobile industry has been based on a "supply-push" philosophy -- a strong bias toward "filling the factories" to cover high fixed costs.

Dealer networks were created as logical extensions of the "supply-push" model. The networks were designed to hold inventory, leverage private capital (without threatening the manufacturers' control) and service and support what was then a less reliable and more maintenance-intensive product. Those networks generally were built around entrepreneurs focused on a defined geographic area, selling one or at most two brands [7].

This distribution model has been remarkably resistant to change. Historically, dealer networks have become ingrained and protected over time by a web of habits, contracts, regulations and laws. In the United States, state franchise laws limit the manufacturers' ability to act unilaterally to revoke or consolidate franchises. In Europe, strong national distribution laws and other rules help protect the established channel. Even the new dealer networks created by the Saturn division of the General Motors Corporation and the Lexus division of the Toyota Motor Corporation with such fanfare during the past decade or so have accepted the fundamental model. They have achieved their superiority in channel-driven customer service by avoiding mistakes (such as locating too many dealers too close together) and institutionalizing best practices in customer care.

Despite its longevity, the traditional dealer channel leaves many people unhappy. High customer acquisition costs motivate dealers to convert store traffic to sales using aggressive tactics that extract differential margins based on customers' willingness to pay. Frequent well-publicized rebates have taught buyers to mistrust sticker prices and negotiate from cost up, rather than sticker down. As a result, dealers often find themselves competing not against another brand, but against a same-make dealer across town. This acute competition has almost bid away dealer profit on the sale of new passenger cars in the United States (with some profits still available on sales of trucks, sport utility vehicles and luxury cars)[8].

Shrinking dealer margins do not translate into happy customers: Most customers (approximately four out of five) dislike the purchase process, and many still come away feeling cheated and mistreated. This strong antipathy is largely responsible for the rapid growth of Internet-based services that offer alternative means of gathering information on cars, soliciting price quotes and, in some cases, conducting transactions.

Change and innovation are the lifeblood of most retail businesses, but the automobile retail industry has been remarkably resistant to transformation. As a result, the industry suffers from an outdated and expensive channel, and most consumers feel short-changed and ill-treated in the bargain.

This situation is changing. Automobile retailing is evolving at an unprecedented rate. At one level the future implications are clear. These include multiple alternative formats and channels; greater unbundling of dealer businesses; increased value through the channels (improved service and selection at a lower cost); more emphasis on life-cycle relationships, and probably tighter relationships between manufacturers and consumers.

References:

- [1] Lieven, T., Mühlmeier, S., Henkel, S., et al. (2011) Who Will Buy Electric Cars? An Empirical Study in Germany. *Transportation Research Part D Transport & Environment*, 16, 236-243. https://www.researchgate.net/publication/49286697_Who_will_buy_electric_cars_An_empirical_study_in_Germany <https://doi.org/10.1016/j.trd.2010.12.001>
- [2] Liu, Z., Hao, H., Cheng, X. and Zhao, F. (2018) Critical Issues of Energy Efficient and New Energy Vehicles Development in China. *Energy Policy*, 115, 92-97. https://www.researchgate.net/publication/324140687_Critical_issues_of_energy_efficient_and_new_energy_vehicles_development_in_China <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.01.006>
- [3] Lu, M.J., Chen, S. and Lou, Y. (2013) New Energy Vehicle Development in China. *International Journal of Environment & Sustainable Development*, 12, 44-59. https://www.researchgate.net/publication/264823904_New_energy_vehicle_development_in_China
- [4] Ma, S.-C., Fan, Y. and Feng, L.Y. (2017) An Evaluation of Government Incentives for New Energy Vehicles in China Focusing on Vehicle Purchasing Restrictions. *Energy Policy*, 110, 609-618. DOI: 10.4236/ajibm.2019.92020 313 *American Journal of Industrial and Business Management* J. H. Zhang, R. Wang <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301421517304895> <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.07.057>
- [5] Wang, Z., Zhao, C., Yin, J. and Zhang, B. (2017) Purchasing Intentions of Chinese Citizens on New Energy Vehicles: How Should One Respond to Current Preferential Policy? *Journal of Cleaner Production*, 161, 1000-1010. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652617310971> <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.05.154>

[6] Kotler, P. (1994) Reconceptualizing Marketing: An Interview with Philip Kotler. European Management Journal, 12, 353-361. https://www.researchgate.net/publication/227416025_Reconceptualizing_marketing_An_interview_with_Philip_Kotler
[https://doi.org/10.1016/0263-2373\(94\)90021-3](https://doi.org/10.1016/0263-2373(94)90021-3)

[7] Peter, Soliman, Sales force Optimization and channel Management, 2. <https://www.strategy-business.com/article/10102?gko=afc62>

[8] Steven, B. Wheeler, Channel Strategies and Management, 6. <https://www.strategy-business.com/article/10102?gko=afc62>

Рудзина В. (магістрантка)

ГЛОБАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВОГО ФОНДОВОГО РИНКУ

У сучасному світі одним з критеріїв конкурентоспроможності держави, а також його авторитету на міжнародній арені, є ступінь інтеграції в глобальну систему. Різні форми глобалізації змінюють не тільки світову архітектуру, закономірності розвитку світових ринків і пріоритети регулювання, а й тенденції розвитку та механізми взаємодії зі світом окремих держав з різних напрямків. Фондовий ринок в даному контексті також схильний до впливу глобалізаційних процесів. Як частина фінансового ринку він виконує функції акумулювання і перерозподілу капіталу, перерозподілу прав власності, які в контексті фінансової інтеграції набувають більший масштаб, швидкість, інтенсивність, більш широку географію, що сприяє глобальній мобільності ресурсів, зниження транзакційних витрат.

Розвиток світового фондового ринку веде до вирівнювання умов господарювання в різних країнах через розширення можливостей транскордонних переміщень капіталів, через уніфікацію правил і порядку емісії цінних паперів і торгівлі ними, через вирівнювання в світових масштабах ціни капіталу, процентних ставок, умов запозичення та інвестування. В кінцевому рахунку розвиток світового фондового ринку веде до зниження ступеня дефіцитності і повного усунення фактора дефіциту фінансових ресурсів, забезпечуючи доступ до них країнам сучасного світу за допомогою політики створення привабливого інвестиційного клімату.

Розвиток фінансових технологій, реалізація фінансових кіберризиків, нові способи в регулюванні і нагляді, перетворення фінансових інститутів в

технологічні організації, все це здійснило помітний вплив на інфраструктуру фондового ринку. Інфраструктура фондового ринку в даний момент має позитивну тенденцію розвитку. З'являються нові можливості для інвесторів на основі інформаційних технологій. Розгортаються додаткові перспективи для приватних інвесторів на фондовому ринку з допомогою впровадження цифрових технологій та Інтернету. Велике число компаній отримали доступ на міжнародні фондові ринки і можливість розміщення на них своїх цінних паперів, а у приватного інвестора з'являються можливості купувати і продавати цінні папери на зарубіжних фондових ринках.

Лідером сфер, в яких впроваджується цифровізація, є фондовий ринок. Модернізація стосується простих інвестицій, а точніше, розробки додатків, які дозволяють купити в режимі реального часу за частки секунди цінні папери або готові портфелі з біржових фондів (ETF). ETF є складним папером, на відміну від акції, облігації, це біржовий інвестиційний фонд. Також подібна трансформація зачіпає інвестування в криптовалюту і нерухомість [1, с. 22].

Трансформації на світовому фондовому ринку призводять і до трансформації фінансових інструментів. Операції з похідними фінансовими інструментами проводяться як на біржовому, так і на позабіржовому сегментах фондового ринку. Сьогодні основна частина контрактів заключається саме на позабіржовому сегменті ринку деривативів (близько 85% від обсягу світової торгівлі) [2]. У той же час в останні роки спостерігається зниження обсягу угод з похідними фінансовими інструментами на позабіржовому ринку, це відбувається внаслідок посилення заходів з регулювання даного сегмента ринку.

Основний обсяг операцій позабіржового ринку (близько 77%) [2] припадає на похідні фінансові інструменти, базовим активом яких є процентні ставки. Обсяг операцій на біржовому ринку значно менше. За останні десять років кількість укладених угод ринку збільшилася на 42% [2], що свідчить про стійку динаміку ринку до зростання, при цьому

спостерігаються коливання, які в цілому залежать від ситуації, що склалася на світовому ринку.

Отже, можемо спостерігати масштабну цифрову трансформацію світового фондового ринку, яка має безліч новітніх фінансових інструментів. Глобальна інтегрована цифрова інфраструктура фондового ринку – світова мережа електронних комунікацій, що поєднує суб'єктів ринку, як на національному, так і міждержавному рівні, сприяючи їх тіснішому зв'язку і взаємодії.

Список літератури:

1. Лубягина Д.Б. Цифровые технологии и их роль в снижении рисков на рынке ценных бумаг / Д.Б. Лубягина // Экономика. Право. Общество. – № 2 (14). – 2018. – С. 22-27.
2. FIA Annual Market Survey 2020 [Electronic resource]. – Mode of access: [Phttps://marketvoice.fia.org/](https://marketvoice.fia.org/).

Faisel Mohamed (Master Student)

THE MAIN COMPONENTS OF A CORPORATE STRATEGY

Strategy refers to a plan that supports the organization in accomplishing their goals and objectives. Corporate strategy is being termed as long-term plan of action for the organization to achieve its desired outputs. Effective business strategy framed by an organization will lead to successful position in their market segment. Cybrosys is a reputed IT firm in Kerala, the major competitors of Cybrosys is Infogen Software, Hexapole, eTeam Solutions, Salzer Technologies, GovtS, I Text Solution. This research focuses on understanding the mechanism of corporate strategic management in Cybrosys to achieve strategic edge in the present environment. However, the paper also formulates new strategic plans for Cybrosys. The study also uses different methods to determine the efficacy of the strategy in the market to achieve progress. Lastly, the article further reports on the different methods used to execute the preferred approach within Cybrosys. Business mission, vision, objectives and core competencies All of Cybrosys' vision, mission, goals and core competencies rely on strategic planning to sustain a

competitive environment and maintain an effective market role. In the evaluation of all these activities, Cybrosys' vision and goals would allow strategic management to frame the corporate agenda so that the enterprise can reach its optimal outputs. Formulating a corporate strategy would allow the organization to accomplish its strategic goals and objectives in a highly competitive environment.

There are several considerations that need to be weighed when formulating a business strategy for Cybrosys (Peng, Wang and Jiang, 2008).

- Availability of resources: It is important to identify the complete supply of human resources and capital in the organization before formulating a corporate strategy for Cybrosys. So the corporate strategy should work successfully to meet the targets. Although insufficient resources in terms of human resources, materials and money would lead to losses for the company and Cybrosys would not satisfy the requirements of its customers. The company's human resources are responsible for designing and executing a corporate strategy in Cybrosys to meet its objectives.

- Customers: As Cybrosys formulates their strategic plan of action to achieve their objectives through satisfying their market customers. Hence, market customers are an important component that must be considered before formulating the plan, its customers from whom Cybrosys frames the plans to satisfy their needs and requirement.

Customers' requirement should be considered before framing the strategic plan that will lead to successful plan. Top-down planning: Top-down planning is an effective planning system that contributes to Cybrosys' strategic planning. Top-down planning ensures that management is constantly in touch with their middle-level staff or employees who help management to know the requirements and feedback from their guests and customers. Bottom up planning: Cybrosys should also rely on bottom-up preparation to ensure the organization's strategic planning. The bottom-up approach offers lower employees and hotel staff the ability to connect individually with the management to develop Cybrosys. All preparations assist Cybrosys in the strategic planning of their organization so that they can provide professional care to their customers. Bottom-up planning is an important

method to involve middle-level staff or workers in the strategic planning process. The strategic preparation of Cybrosys would also result in the fulfillment of the specified goals which will result in a place to be taken in a highly competitive scenario. Effectiveness of techniques used when developing strategic business plan

A strategic business plan is a vital one for any company that can help them produce the desired outcome.

There are many methods used in Cybrosys to establish and execute a strategic business plan. First, the Boston Consulting Group model, and this will allow the organization to better distribute its capital and generate its market share. Cybrosys' position on the growth share matrix serves to give an indicator of their net cash production and the overall cash use of the company. Cash cows: Cash cows rely on producing more cash than the amount of cash they consume. Cybrosys is expected to expend less money on the market because such little investment is expected to be lost in the IT sector with a low growth rate. Dogs: Cybrosys is hardly supposed to raise cash to retain its market share. It is generally referred to as a break-even point as the business has a comparatively low market share and a low growth rate that results in neither producing nor spending any cash (Peng, Wang and Jiang, 2008). Question marks: In the question mark field Cybrosys will usually expand by consuming significant sums of cash, but since they have a low market share, they would not be able to raise cash. Here, Cybrosys wants to evaluate the business region to decide if they are worth investing in increasing their market share. Stars: Stars produce large sums of cash with relative market share and often have a fast market growth rate that absorbs large amounts of cash. Cybrosys needs massive funding to cope with rivalries and sustain its business expansion (Fleisher and Bensoussan, 2003).

Second, SPACE Matrix: This matrix tests the market position of Cybrosys and lays out a plan for Cybrosys based on its financial power, environmental resilience, strategic edge and industry strength. The Strategic Position and Action Evaluation Matrix focuses on choosing an appropriate approach that will directly

result in a favorable position on the market. The main types of tactics are aggressive, conservative, defensive and competitive.

Third, SWOT analysis: SWOT analysis is a straightforward method that helps a company to list the capabilities, limitations, prospects and risks among them in the current environment. Such short notes on paper help to define where the business should develop.

Cybrosys uses the methodology to identify challenges with the current strategy and to further create a new strategic growth plan that can help the organization to achieve its market position.

References:

1. Peng, M. W., Wang, D. Y. and Jiang, Y., 2008. An institution-based view of international business strategy: A focus on emerging economies. *Journal of International Business Studies*. 39(5). 920-936.
2. Fleisher, C. S. and Bensoussan, B. E., 2003. Strategic and competitive analysis: methods and techniques for analyzing business competition (p. 457).

Кочубей К.В. (магістрант)

РОЗВИТОК ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В ШВЕЙЦАРІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Органічні продукти все більше набувають популярності як у Європі, так і у всьому світі. Для багатьох їхнє споживання стало способом життя. Зростання попиту на органічну продукцію викликано їхньою користю для здоров'я, а також для навколишнього середовища. Підтримка та розширення ведення органічного сільського господарства в країнах Європи наразі є ключовим фактором у аграрній політиці. Згідно інформації, поданої Європейською комісією, Італія, Франція, Іспанія та Німеччина мають близько 200 тис. га земель кожна для органічного фермерства, це найбільші показники у ЄС. В Україні органічне сільське господарство є одним з найперспективніших напрямків, оскільки вона має значний потенціал для розвитку даної галузі та вже має деякі позитивні результати.

Швейцарія і Данія є світовими лідерами зі споживання органічних продуктів - 312 євро на душу населення. Також у топ-5 входять Швеція, Люксембург та Австрія (близько 200 євро на душу населення) [1]. Оскільки Швейцарія є одним з найбільших споживачів органічної продукції у світі, вважаю цікавим вивчення її досвіду.

Кількість фермерських господарств у Швейцарії зростає з кожним роком. Станом на 2019 рік 6962 фермерів вирощують продукцію відповідно до стандартів BioSuisse (що на 243 одиниці більше, ніж у попередньому році) [2]. Для порівняння – загальна кількість органічних операторів в Україні – 597 [3]. Станом на 2019 рік Швейцарія має загальну площу 169360 га, що обробляється органічно – це 16.2% усіх сільськогосподарських угідь країни. У гірських районах органічно обробляється 24.4% земель та у низовинних районах – 10.9% [2]. Для порівняння – в Україні загальна площа земель з органічним статусом складає 233500 га, що складає 0.7% від усіх земель, що використовуються фермерами [3]. Швейцарія імпортує ті категорії продуктів, яких немає у країні або немає достатньої кількості у власному виробництві фермерів. Крупи та цукрові буряки - ті продукти, які найчастіше імпортуються за обсягом.

Україна не має достатнього попиту на органічну продукцію на внутрішньому ринку, тому в більшості вона експортується. Це пов'язано з тим, що органічна продукція коштує дорого, а в Україні люди мають переважно низькі зарплати. За приблизними даними «Органік Стандарт», у 2018 році основними продуктами органічного виробництва (за обсягом), які експортували з України, були: кукурудза, пшениця, соя, насіння соняшника, соняшникова оліятощо (див. таблицю 1).

У FiBL (Дослідний інститут органічного сільського господарства) відмічають, що все більше українських операторів мають намір експортувати не лише сировинні матеріали, але й вже готові, перероблені продукти. Наприклад, у 2018 році значно збільшився експорт органічної соняшникової олії.

Топ-10 українських експортованих органічних продуктів (2018 рік).

Топ-10 українських експортованих органічних продуктів, 2018 р.	Обсяг, тонн
Кукурудза	150 000
Пшениця	90 000
Соя	60 200
Насіння соняшника	20700
Соняшникова олія	11 300
Ріпак	8 600
Яблучний сік (концентрат)	5 600
Лохина (заморожена)	5 500
Спельта	5 100
Яблука (свіжі)	4 500
Інші продукти	28 500
Разом	390 000

Джерело: [3]

Прослідковується певна зацікавленість Швейцарії в тому, щоб допомагати Україні розвивати ринок органічної продукції. Швейцарія фінансує вже другий проект по розвитку даної галузі в Україні – «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України», який має на меті підвищення обізнаності та поширення культури органічного виробництва серед українських фермерів. Бачимо колосальну різницю у показниках займаної площі під органічне сільське господарство у Швейцарії та Україні. Якщо у Швейцарії 169 тис. га – це 1/6 усіх сільськогосподарських угідь, а в Україні 233 тис. га – це всього лише 0.7%, та всього лише на ній діє 597 операторів – це каже нам про величезний потенціал, який при правильному використанні принесе Україні достаток.

Отже, ринок органічних продуктів активно розвивається. Особливо популярні органічні продукти в розвинених країнах. В Україні ж дана галузь переважно працює на експорт, оскільки попит на внутрішньому ринку є низьким через високу ціну на органічну продукцію та переважно низькі заробітні плати населення. Вважаю, співпраця України та Швейцарії є

вигідною для обох та має сприяти розвитку конкурентоспроможності цього сектору на європейському ринку.

Список літератури:

1. Дослідження FiBL 2020 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://statistics.fibl.org/>
2. Organicsectorinnumbers (2019) [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://www.bio-suisse.ch/media/Ueberuns/Medien/BioInZahlen/JMK2020/EN/bio_in_zahlen_2019_e.pdf
3. Органічний ринок в Україні. Інформаційний бюлетень від 12.02.2020 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2020/02/UAOrganic_fact_sheet_2020-UA-1.pdf
4. Органічний ринок 2019 – про що говорять цифри [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://organicinfo.ua/news/organic-market-2019/>

Ліберацька Ю.А. (магістрант)

ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ЄС У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

Сучасна індустрія туризму - одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства і розглядається і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс.

Дослідження особливостей розвитку туристичної індустрії в Європі є актуальним тому, що саме у цьому регіоні знаходяться країни, що займають перші позиції у рейтингу найбільш відвідуваних у світі (Франція - 1 місце, Іспанія - 2 місце, Італія - 5 місце, Німеччина - 8 місце) [1], а науковці вже давно обговорюють «туристичну революцію» — справжній переворот в індустрії. Адже ріст кількості туристів у світі за останні десятиліття перевищує всі прогнози. Усього п'ятдесят років тому міжнародні подорожі здійснювали лише 25 мільйонів людей на всій планеті. З того часу кількість туристів збільшилася в понад 40 разів. Сьогодні подорожує 1 мільярд 230 мільйонів.

І якщо ще на початку року в аналітичних звітах була інформація про те, що попри всі світові фінансові кризи та військові конфлікти в деяких

куточках світу, міжнародний туризм продовжує стабільно зростати щороку на 4% (за прогнозами Міжнародної організації туризму, у 2050 році кількість туристів мала сягнути 2 млрд), а темпи росту галузі стабільніші за фінансовий ринок та вищі за виробництво, то спалах коронавірусу паралізував туристичну індустрію.[2]

Як уже зазначалося вище, Європа є найбільш привабливим туристичним регіоном у світі, на неї припадає 53% від загальної кількості міжнародних туристичних прибуттів. Але, саме туристична індустрія найбільш постраждала від пандемії, цим самим руйнуючи економіки країн, які значною мірою залежать від туризму.

За оцінками, туристична галузь ЄС, в якій зайнято близько 13 мільйонів людей, втрачає близько 1 мільярда євро доходів на місяць в результаті пандемії. У багатьох популярних туристичних напрямках готелі безлюдні, а ресторани, бари, туристичні визначні пам'ятки, тематичні парки та музеї закриті. Ярмарки, конгреси та культурні заходи були скасовані або перенесені. Спортивні події, такі як чемпіонат Європи з футболу 2020 та Олімпійські ігри, були відкладені до 2021 року. Гірськолижні курорти достроково закінчили зимовий сезон. Основні круїзні компанії припинили діяльність; круїзні судна опинились у морі, оскільки все більше портів тимчасово відмовляли їм у в'їзді.

Очікується, що доходи знизяться на 50% для готелів та ресторанів, 70% для туроператорів та туристичних агентств та 90% для круїзів та авіакомпаній. Також багато країн знову ввели прикордонний контроль або заборонили в'їзд певним подорожуючим на їх територію, в результаті чого вони намагаються повернутися додому. Ситуація особливо складна у кількох країнах ЄС, які є ключовими туристичними напрямками, такими як Італія, Іспанія та Франція. За підрахунками Італійської федерації туризму, Ассотурісмо, Італія цього року втратить близько 60% своїх туристів. [3]

Відповідно до повідомлення ЄС Євростат, внутрішній туризм в швидше відновлюється після кризи COVID-19, ніж зовнішній туризм, що цілком

логічно, адже внутрішні кордони ЄС були відчинені влітку, щоб стимулювати загальноєвропейську туристичну індустрію, вживаючи запобіжні заходи, а зовнішній кордон в основному був закритий для світу.

Загалом, за оцінками Організації економічного співробітництва та розвитку, туризм цього року зменшиться на 60-80% залежно від тривалості кризи та темпів відновлення, а Всесвітня рада з туризму та подорожей прогнозує, що в 2020 році туристична галузь може втратити 6,4 мільйона робочих місць.

Але, незважаючи на такі прогнози, депутати Європарламенту заявили, що кризу слід розглядати як можливість модернізувати туризм в ЄС, зробивши його екологічно чистим та соціально відповідальним.

Отже, пандемія негативно вплинула на туристичну галузь Євросоюзу, позбавивши робочих місць мільйони людей та підірвавши економіки розвинених країн, значну частку ВВП яких забезпечувала туристична галузь. Це досить складний час для готельно-ресторанного, туристичного та логістичного секторів ЄС і поки що невідомо, який час буде потрібен для їх відновлення.

Тим не менш, підприємства та працівники туристичного сектору Європейського Союзу вже отримують вигоду від заходів ЄС, прийнятих у відповідь на кризу Covid-19, включаючи:

- підтримку ліквідності,
- податкову допомогу,
- пом'якшення правил державної допомоги,
- тимчасове призупинення дії правил щодо слотів аеропортів, для уникнення порожніх рейсів,
- оновлення керівних принципів щодо прав пасажирів та директиви про пакетні поїздки, що сприяло репатріації десятків тисяч європейців, які опинились закордоном, за допомогою Механізму цивільного захисту ЄС.

Використана література:

1. International Tourism Highlights 2019 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
2. UNWTO Tourism Dashboard [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>
3. COVID – 19 and the tourism sector [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/649368/EPRS_ATAG\(2020\)649368_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/649368/EPRS_ATAG(2020)649368_EN.pdf)

Булюк І.В. (магістрант)

ОСОБЛИВОСТІ ТОРГІВЛІ АГРАРНИМИ ТОВАРАМИ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС

Динамічний розвиток національної економіки України вказує на існування країнової спеціалізації та міжнародного поділу праці, оскільки в результаті кліматичних, геологічних та географічних умов Україна належить до держав-світових лідерів в вирощуванні аграрної продукції, при цьому акцент в сільському господарстві робиться саме на рослинництво та первинну переробку його результатів, що, на нашу думку, значно звужують додану економічну вартість такої продукції та погіршують конкурентні позиції країни на глобальному харчовому ринку.

Базові положення про режим пільгової торгівлі, торговельні коти та мита для експорту продукції з України до ЄС визначено у відповідній Угоді про асоціацію між Україною та ЄС і його державами-членами [3]. На нашу думку, сучасний обсяг експортної продукції не покиває весь економічний потенціал представництва українських виробників на європейському аграрному ринку як з первинною, так і з переробленою продукцією.

За даними Державної служби статистики України визначимо динаміку торгівлі аграрними товарами України та ЄС, що наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Торгівля аграрними товарами України та ЄС, млрд. дол. США

	Експорт	Імпорт	Сальдо
2019, всього	18,92	3,12	15,80
Живі тварини; продукти тваринного походження	1,28	1,07	0,21
Продукти рослинного походження	12,91	1,79	11,12
Жири та олії тваринного або рослинного походження	4,73	0,25	4,48
2018, всього	15,59	2,71	12,88
Живі тварини; продукти тваринного походження	1,21	0,92	0,29
Продукти рослинного походження	9,89	1,53	8,36
Жири та олії тваринного або рослинного походження	4,50	0,27	4,23
2017, всього	14,93	2,37	12,56
Живі тварини; продукти тваринного походження	1,11	0,73	0,38
Продукти рослинного походження	9,22	1,37	7,85
Жири та олії тваринного або рослинного походження	4,61	0,27	4,34
Загальне відхилення 2019 до 2017 рр., млрд. дол. США, в тому числі по групах:	3,99	0,75	3,24
Живі тварини; продукти тваринного походження	0,17	0,34	-0,17
Продукти рослинного походження	3,70	0,43	3,27
Жири та олії тваринного або рослинного походження	0,13	-0,01	0,14

Джерело: складено автором на основі [1-2]

Наведена динаміка торгівлі аграрними продуктами по групам тваринного походження і рослинного походження вказує на приріст загального експорту за 2017-2019 рр. аграрної продукції з України до ЄС на 3,99 млрд. дол. США та імпорту на 0,75 млрд. дол. США, при цьому за всіма аналізованими товарними групами та загальним експортом торгівля аграрною продукцією мала позитивне сальдо, тобто Україна значно більше експортувала аграрної продукції до ЄС, аніж її імпортувала, що вказує на значну аграрну спеціалізацію України на європейському аграрному ринку. Ключовими групами українського експорту аграрної продукції до ЄС за вказаний період стабільно були продукти рослинного походження, що негативно впливає на формування додаткової економічної вартості, оскільки в результаті квотування Україна не мала змогу поставляти на ринок ЄС перероблену харчову продукцію, що значно б підвищило рівень економічної доданої вартості українського аграрного переробленого експорту.

Отже, проведений аналіз вказує на цільове функціональне спрямування України на експорт аграрної продукції, одним з ключовим покупців якої є ЄС, тому для стратегічного нарощення присутності України на ринках аграрної продукції Європейського Союзу, на нашу думку, актуальним є використання положень угоди по зону вільної торгівлі між Україною та ЄС та розширення положень для пільгової торгівлі саме цією продукцією, що буде носити економічні вигоди, як для України, так і для ЄС.

Використана література:

1. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <http://minagro.gov.ua/node/20505>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Угода про асоціацію між Україною та ЄС і його державами-членами (текст) / Комітет з питань європейської інтеграції Верховної Ради України. URL: http://comeuroint.rada.gov.ua/komevpoint/control/uk/publish/article?art_id=56220&cat_id=45826

Шаповал О.О. (магістрант)

ЗОВНІШНЯ ДОПОМОГА ЄС УКРАЇНІ

Європейський Союз є найбільшим донором міжнародної допомоги у світі загалом та для України зокрема. Основну підтримку Україні ЄС надає у формі зовнішньої допомоги, яка сприяє економічному та соціальному розвитку, реформуванню системи юстиції та державного управління, покращенню якості навколишнього середовища, підтримці освітнього та культурного просторів, розвитку торгівлі та приватного сектора, енергетики (енергоефективності), зміцненню транскордонного співробітництва.

Зовнішня допомога дозволяє компенсувати нестачу внутрішніх фінансових ресурсів країни та кваліфікованих кадрів. З огляду на важливість цієї допомоги, необхідно визначити роль зовнішньої допомоги ЄС в Україні, як ресурсу для сталого розвитку держави.

Перш за все необхідно надати визначення поняттю зовнішньої допомоги. Так, за визначенням вітчизняних дослідників зовнішня допомога

це – інструмент здійснення зовнішньої політики, який передбачає безповоротну та безкоштовну передачу ресурсів від донора до держави-реципієнта для підтримки її сталого розвитку та процвітання [1].

Для повноти картини доречним буде визначити обсяги допомоги, що надавалась Україні з боку ЄС. З цією метою ми використали дані порталу EU Aid Explorer (Європейська комісія + ОЕСР), що включає дані Європейської комісії та Європейського інвестиційного банку та держав-членів ЄС, які перевіряються та публікуються в ОЕСР.

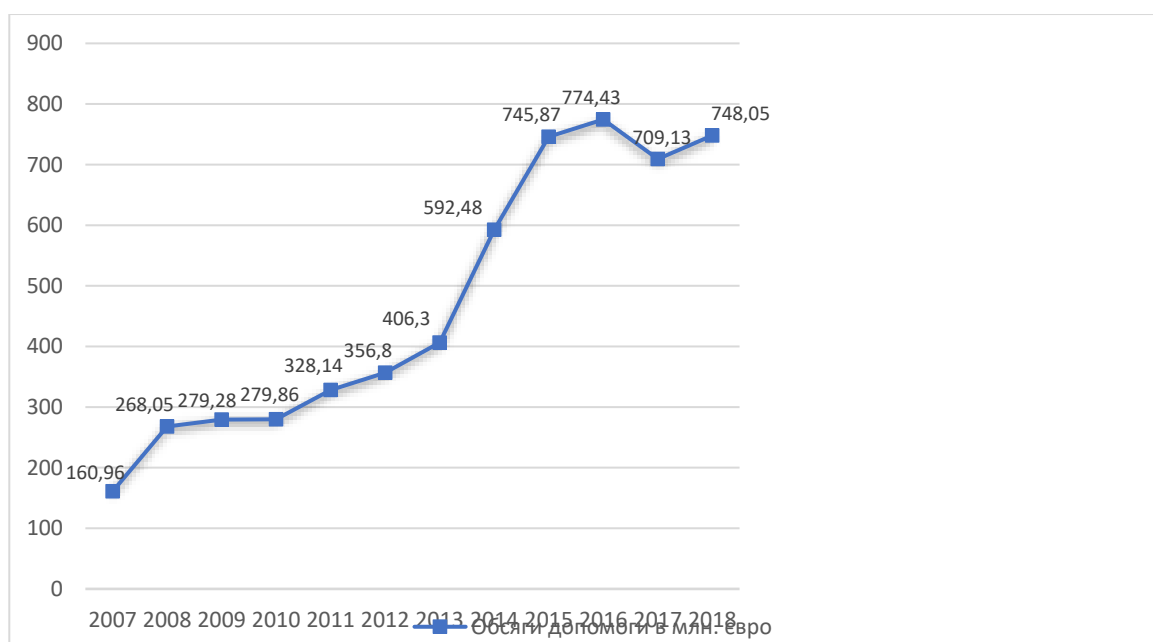


Рис. 1. Динаміка надання зовнішньої допомоги Україні

Джерело: складено автором на основі [2].

З 2014 року зафіксовано стрімке зростання в наданні зовнішньої допомоги ЄС Україні (Рис. 1) – з 592,48 млн. євро в 2014 році до 748,05 млн. євро в 2018 році. Це можна пояснити тим, що ЄС збільшив обсяги надання своєї допомогисаме після підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, що включає в себе ПВЗВТ та для стабілізації й підтримки України після початку агресії з боку Росії.

Ця допомога надається у вигляді різноманітних програм та інструментів. ЄС співпрацює з Україною в рамках східного регіонального виміру

Європейської політики сусідства – Східного партнерства. За останні роки Україна отримала доступ до різних програм Європейського Союзу, ставши, наприклад, лідером за обсягом участі в програмі Еразмус+ серед країн Східного партнерства [3]. Україна в повній мірі стала асоційованими членом програми ЄС з досліджень та інновацій «Горизонт 2020»[4] та бере участь у програмі «Креативна Європа», що підтримує розвиток культурної, творчої галузей та сфери аудіо-візуального мистецтва.

Україна користується перевагами участі в інструментах Twinning та TAIEХ, також підтримка Україні надається за допомогою Інструменту співробітництва у галузі ядерної безпеки (INSC II) на 2014-2020 рр.

Крім цього, у рамках чотирьох програм макрофінансової допомоги під виконання умов щодо проведення реформ ЄС надав Україні 4,41 млрд. євро для підтримки макроекономічної стабільності [5]. Це найбільша сума макрофінансової допомоги, яку ЄС виділив будь-якій окремій країні-партнеру.

Таким чином, можна дійти висновку, що з 2014 року після підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, обсяг зовнішньої допомоги ЄС Україні безпрецедентно збільшився та завдяки участі України в інструментах та програмах ЄС охоплює різноманітні галузі економіки та суспільного життя. Зовнішня допомога ЄС є важливою підтримкою для України та має потенціал стати ресурсом для посилення двосторонніх відносин та виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, проведення реформ для наближення України до Копенгагенських критеріїв та підвищення ефективності євроінтеграційної політики України.

Використана література:

1. Корюкалов М.В. Зовнішня допомога Європейського Союзу Україні в рамках Східного партнерства // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. — Випуск 98 (Частина 1). — К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, ІМВ, 2011. — С. 32-34.

2. EU Aid Explorer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://euaidexplorer.ec.europa.eu/content/homepage_en

3. European Commission. Erasmus+Country factsheet: Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bit.ly/3n3yWPP>

4. European Commission. Horizon 2020 country profile for Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bit.ly/3lre8kB>

5. European Commission. Macro-Financial Assistance to Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bit.ly/2I91Ejb>

Ветінчук М.В. (магістрант)

ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕХАНІЗМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ УКРАЇНИ

Практика багатьох країн показує, що неефективність системи управління зовнішнім боргом країни в плані термінів погашення, валют або процентних ставок і значні, не забезпечені резервами, умовні зобов'язання є факторами зародження, поширення або загострення економічних криз.

Зовнішній борг України протягом 2014-2018 рр. мав чітку динаміку до зростання. Так, в 2015 році зовнішній борг України зріс на 11,69% до рівня в 34,43 млрд. дол., а в 2016 році – на 4,71% до рівня в 36,05 млрд. дол. за 2017 рік зовнішній борг збільшився на 6,7% до рівня в 38,49 млрд. дол., а в 2018 році при зростанні на 3,14% становив 39,7 млрд. дол. [2;4].

В структурі заборгованості за позиками, одержаними від міжнародних фінансових організацій найбільшу питому вагу протягом 2014-2019 рр. займали заборгованість за позиками, одержаними від міжнародних фінансових організацій, частка якої за останні 5 років зменшилася на 3,42% зі рівня в 34,78% в 2014 році до 31,37% в 2019 році. В обсягах даний вид заборгованості збільшився за 2014-2019 рр. на 15,11% [2;4].

Важливим напрямом в управлінні державним зовнішнім боргом має стати обмеження зростання умовних боргових зобов'язань узятих під гарантії держави. Даного напрямку можливо досягти шляхом розробки і затвердження Міністерством фінансів єдиного переліку критеріїв, що мають чітко відповідати державні підприємства, що претендують на залучення зовнішніх кредитів під державні гарантії [1].

З метою диверсифікації боргових джерел і зниження ризику рефінансування доцільним є використання коштів міждержавних кредитів, позик міжнародних і регіональних фінансових організацій, під розміщення

єврооблігацій і внутрішніх валютних державних облігацій та інших інструментів.

Доцільним є також поступове обмеження залучення державних позик на реалізацію інвестиційних проектів і здійснювати запозичення за результатами комплексної експертизи, що включає аналіз їх вартості, ризиків і впливу на параметри безпеки, структуру і платежі за зовнішнім державним боргом. Дострокове погашення та інші операції, проведення реструктуризації, обміну, викупу буде здійснюватися виключно в цілях зниження навантаження платежів без істотного погіршення умов запозичення[3].

За таких умов повинна бути розроблена Стратегія спрямована на ефективний контроль і підтримання розміру зовнішнього боргу та його складових в рамках, що забезпечують мінімізацію ризиків і прийнятний рівень економічної безпеки країни. Саме тому напрямками реалізації Стратегії повинні бути:

- формування щорічного плану заходів з її виконання та подання його в до Уряду;
- затвердження алгоритму прийняття рішень про залучення нових державних позик, що включатимуть комплексну експертизу;
- проведення роботи по оптимізації структури і мінімізації ризиків боргового портфеля, включаючи пошук можливостей для зниження боргу і напруженості платежів по ньому;
- оптимізація показників економічної безпеки в частині державного боргу;
- постійний моніторинг стану фінансових ринків, розширення їх доступності;
- забезпечення постійної присутності на зовнішніх фінансових ринках і формування орієнтирів за рівнем прибутковості для вітчизняних позичальників;
- вдосконалення організаційної структури управління державним боргом, включаючи розширення взаємодії з банками і передачу їм ряду функцій з метою підвищення ефективності і зниження операційного ризику.

Таким чином, основним механізмом управління державними борговими зобов'язаннями повинно бути ефективне вирішення широкого кола завдань різного характеру: економічного, фінансового, технічного, інформаційного. В країні діє боргова стратегія, головною метою якої є мінімізація боргових витрат і фінансового ризику за допомогою таких методів та інструментів: розширення ринку цінних паперів шляхом створення нових ринкових інструментів, які допоможуть зменшити витрати покриття боргу; підпорядкування своєї діяльності створення і розвитку ліквідного та прозорого ринку цінних паперів; встановлення обмежень щодо випуску та тимчасову пролонгацію конвенційних і індексованих першокласних цінних паперів.

Список літератури:

1. Крайчак Є. В. Управління ризиками зовнішнього державного боргу України / Є. В. Крайчак // Інвестиції: практика та досвід. - 2018. - № 9. - [Електронний ресурс]- Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/9_2018/5.pdf
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/news/mizhnarodne-spivrobitnictvo/mvf>.
3. Ситников Р.И. Мировой опыт управления внешним долгом и его использование Россией : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.14, 08.00.10 / Ситников Р.И. - Москва, 2016. 217 с
4. Статистичні матеріали по стану державного боргу України. URL: <https://www.minfin.gov.ua/news/borg/borhova-statystyka>
5. Шиманович Г. И. Влияние внешнего долга на экономическое развитие / Шиманович Г. И. // Белорусский экономический журнал. - 2019. - № 2. - С. 96–106.

Буренко О.А. (магістрант)

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН ЄС

Сучасна міжнародна міграція являє собою складне явище, що впливає на всі сторони розвитку суспільства – економіку, політику, демографічну ситуацію, національні відносини, ідеологію, релігію, тощо.

Закономірність міжнародної міграції полягає в тому, що її основу формує трудова міграція. Найголовнішою мотивацією є пошук нового місця роботи за кордоном, що відповідає потребам і інтересам людини.[1]

Виділяючи пріоритет економічного характеру, слід обов'язково брати до уваги демографічний аспект міжнародної трудової міграції, що впливає на динаміку загальної чисельності населення, її вікову структуру, як країн-донорів робочої сили так і країн реципієнтів. Підтвердженням цього є несприятлива демографічна ситуація в більшості Європейських країн (Італія, Іспанія). Так, наприклад, якщо в 1990 році кожна четверта особа у світі була жителем Європи, то сьогодні європейці становлять лише 10 відсотків населення. Згідно з прогнозами експертів ООН, до 2050 року частка європейців зменшиться до 7,2%. Зростання населення спостерігається переважно в країнах, що розвиваються. До 2050 року відсоток населення, яке проживає в менш розвинених країнах, зросте майже вдвічі. Водночас збільшиться відставання цих держав від більш розвинених за рівнем життя[3].

До демографічних наслідків варто віднести прискорення старіння населення, оскільки вивідають люди працездатного віку.

Значний вплив на структуру мігрантів в ЄС вплинула Європейська міграційна криза 2015 року (масовий наплив мігрантів у Європу з охоплених війнами країн Африки і Близького Сходу).

Основними країнами-реципієнтами біженців в ЄС стали Німеччина, Швеція, Італія, Франція та Угорщина, в яких було зареєстровано 91% від усіх заявок про надання притулку біженцям. Виникло додаткове соціальне навантаження, в основному через неповагу до норм та традицій країн перебування.

Трудова міграція має позитивний ефект у випадку, коли в країні існує високий рівень безробіття – внаслідок міграції офіційно зареєстрований рівень безробіття може понизитися. Також еміграція може сприяти соціальній стабільності і економічному розвитку.

Рівень безробіття в 28 країнах-членах ЄС в грудні 2019 року склав 6,2%. Це найнижчий показник з січня 2000 року, повідомляє Євростат. Серед країн ЄС найнижчий рівень безробіття в грудні 2019 року зафіксовано в Чехії

(2,0%), а також в Німеччині і Нідерландах (обидві 3,2%). Найвищі показники безробіття спостерігалися в Греції (16,6% в жовтні 2019), Іспанії (13,7%) та Італії (9,8%)[5].

Високий рівень міграції зазвичай оптимізує розподіл такого фактору виробництва як людський капітал, що сприяє поліпшенню ефективності ринків праці. При цьому, покращується передача і обмін знань у світових масштабах.

Економічні наслідки для ЄС більш різноманітні і неоднозначні: з одного боку еміграція призводить до витоку працівників різної кваліфікації, що може негативно позначитися на темпах виробництва, науково-технічному прогресі, економічному іміджу країни. Окремо варто зазначити суттєвий економічний ефект від міграції як наслідок отримання країною-донором грошових переказів. Близько двох третин мігрантів, що повернулися з Великобританії та Ірландії в країни Балтії використовують іноземні доходи для побутових потреб; майже 30% інвестували в житло, 19% в автомобілі, 22% в інші товари тривалого користування і 11% у сферу освіти.

Загалом внутрішня трудова міграція позитивно впливає на економіку ЄС. Зменшується тиск на ринок праці в країні-донорі та задовольняється попит на працю в іншій країні. Для країни походження є можливість зниження рівня безробіття і підвищення зайнятості, а також зростання зарплати на ринку праці. Грошові перекази мігрантів поліпшують добробут сімей, члени яких працюють за кордоном, стимулюють попит на товари, сприяють інвестуванню.

Проте прагнучи заощадити кошти, підприємства використовують робочу силу нелегальних мігрантів, частково впливаючи на ріст тіньової економіки в ЄС, що, по оцінкам, коливається від 7 до 16% ВВП. Однак запровадження жорстких мір регулювання в'їзду низькокваліфікованої робочої сили провокує збільшення нелегальних мігрантів в країнах ЄС. З 2009 року деякі з приймаючих країн (Іспанія, Італія, Велика Британія, Чеська

Республіка, Австралія) посилили інші бар'єри в'їзду мігрантів, а також запровадили програми повернення мігрантів на Батьківщину.

Список літератури:

1. Цевух Ю. О. Вплив міжнародної трудової міграції на національний ринок праці / Ю. О. Цевух // Емпіричні підходи щодо вивчення рівня добробуту у країнах СНД; зб. наук. праць міжнар. наук.-практ. семінару; Одеський національний університет імені І. І. Мечникова.

2. Пітюлич М.І. новітні тенденції розвитку міжнародної трудової міграції та їх наслідки для України – 2014

3. За справедливый подход к трудящимся-мигрантам в глобальной экономике. Доклад VI. Международное бюро труда. – Женева, 2004. – 214с

4. Садова У. Міграційні ризики в контексті соціально-економічних трансформацій / У.Садова // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Міграційні процеси в умовах політичного середовища регіону. – С. 3-11.

5. Report of EUROSTAT 21/2020 from 30 January 2020 Електронний ресурс [https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10159296/3-30012020-AP-EN.pdf/b9a98100-6917-c3ea-a544-ce288ac09675

Варнаков І.С. (магістрант)

БАНКИ ЯК ПОСЕРЕДНИКИ НА МІЖНАРОДНОМУ ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

Одними з основних суб'єктів на міжнародному фінансовому ринку виступають банки, які є посередниками і беруть участь у розподілі капіталу, регулюванні ринку та нагляді за дотриманням встановлених правил.

Формами діяльності банків на міжнародному фінансовому ринку є інвестування та кредитування. Інвестування банків на міжнародному фінансовому ринку являє собою активні операції банків з вкладення їх ресурсів у цінні папери (купівля-продаж основних фінансових інструментів – акцій і облігацій, та похідних фінансових інструментів – опціони, ф'ючерси, депозитарні розписки та іш). Формування у банку інвестиційного портфеля є диверсифікованим, і може здійснюватися за чотирма основними напрямками: за якістю цінних паперів (або за емітентами), за термінами погашення, за типом зобов'язань, за географією.

Міжнародний ринок банківських кредитів являє собою ринок неуніфікованих боргових зобов'язань. Банківське кредитування ґрунтується

на двох групах принципів: перша, так звані загальноекономічні принципи, які по суті властиві усім категоріям; друга група принципів, котрі відображають розуміння поняття кредиту, його функції (забезпеченість, терміновість, платність, цільне спрямування).

Напрямами діяльності банків на міжнародному фінансовому ринку є універсалізація, інституціоналізація та сек'юритизація. Універсалізація означає здійснення усіх або переважної більшості усіх видів банківських операцій, до яких слід віднести прийом вкладів всіх видів; середньо- та довгострокове кредитування; операції з цінними паперами та надання різноманітних послуг та інш. Так, наприклад найбільша четвірка банків у ВБ займається майже усіма видами банківських операцій. Інституціоналізація має прояв через злиття і поглинання, через надання різноманітних послуг, через зростання ролі банків на ринку капіталів, через зростання ролі банків на ринку цінних паперів. Сек'юритизація як напрям діяльності банків розглядаємо як продаж позик, що оформлені у вигляді цінних паперів, які продаються інвесторам; це дає змогу банкам отримати більше винагороди у вигляді комісії.

Масштаби діяльності банків на міжнародному фінансовому ринку великі, перш за все основними суб'єктами стали ТНБ, які мають величезні розміри капіталів. Фінансова глобалізація сприяла процесу концентрації банківської діяльності, що перетворили транснаціональні банки в універсальні банківські могутні та потужні за своєю діяльністю комплекси, їх метою стала мобілізація фінансових ресурсів. До десяти найбільших банків відносяться два американські, по одному з Японії, ВБ, два – Франції, інші чотири – китайцями. Банки Китаю змістили свою ціль зі зменшення важелів у банківському секторі на користь загальній економіці на підтримку економічної експансії. За допомогою впровадження такої експансії, грошового та фіскального стимулювання компаній макроекономічні показники ВВП Китаю не нижче 6%. Саме китайські банки домінують у рейтингу найбільших банків світу. Китайські банки, маючи сукупні активи в

розмірі 15 трлн. доларів, становлять 33% від загального обсягу порівняно з 32% минулого року. Особливо виділяється Аграрний банк Китаю, який з минулого року піднявся на 14 позицій. Найбільшим і найпотужнішим банком у світі є Промислово-комерційний банк Китаю, він є одним із «великих чотирьох» банків піднебесної і контролює майже 1/5 усіх банківських справ у Китаї, має сукупні активи в розмірі 4322 млрд. доларів, за останніми даними, а ринкова капіталізація складає 345 млрд. доларів (а за даними 2019 року 424 млрд. доларів).

Для утримання конкурентних позицій банки, враховуючи особливості сучасного стану, банки переходять до нових бізнес-стратегій. Виділяють чотири сили, які впливають на перехід до нетрадиційних видів діяльності: (1) внутрішня дерегуляція та відкритість для іноземної конкуренції; (2) технологічні інновації – цифрові та мобільні технології, онлайн-банкінг, технологій з цифрових платежів, та інші (наразі нові інформаційні технології не можуть сильно вплинути на розвиток діяльності банків в економіках, що розвиваються, які технологічно залишаються за промисловими країнами); (3) зміни в корпоративній поведінці – особливо відчутні для компаній різних розмірів, яким необхідно залучити фінансові ресурси, кредити для фінансування власних проєктів; (4) та системні банківські кризи, які досить часто виникають після фінансової дерегуляції. Фінансова криза 2008 року не просто започаткувала епоху консолідації та низьких ставок, які змінили банківську галузь у всьому світі, вона також збіглася з масовим впровадженням смартфона та переходом до цифрового банкінгу.

Список літератури:

1. Bank Rankings – Top Banks in the World <https://accuity.com/resources/bank-rankings-top-banks-in-the-world/>
2. BIS (2014). Payment, settlement and clearing in various countries. Updated September 2014. Available at: www.bis.org/cpmi/paysysinfo.htm.
3. TOP 20 Largest World Banks in 2020 by Total Assets <https://fxssi.com/top-20-largest-world-banks-in-current-year>

ІНВЕСТИЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ-ЧЛЕНАМИ ЄС

З урахуванням євроінтеграційного вектору розвитку та підвищення ролі євроінтеграційних ефектів для економіки України з огляду сьогоденної вітчизняної політико-економічної ситуації, можливих нових геополітичних цілей країн-лідерів, збільшується роль і значення забезпечення співробітництва України та країн-членів ЄС.

Починаючи з 2014 року в Україні відбулися значні зміни: Україна підписала Угоду про асоціацію з ЄС, розпочала виконання деяких ключових реформ, досягла певних успіхів у стабілізації економіки, державних фінансів, розпочала боротьбу з поширеною корупцією. Разом з тим, Євросоюз ще не до кінця відновився після глобальної фінансової кризи 2008 року. Навіть, ті показники, які країни ЄС намагаються досягнути згідно стратегії Європа-2020, навряд чи будуть вже досягнуті. Більш того, результати Брекзиту (Велика Британія), криза біженців з 2015 року – це ті проблеми з якими не впорався Євросоюз; тому досить складно передбачити чіткі пропозиції щодо покращення співпраці на майбутнє десятиліття між Україною та ЄС. Сьогодні є актуальним і важливим підтримання та підвищення ефективності тієї архітектури безпеки, яка створена країнами ЄС.

Для покращення співробітництва щодо залучення європейських інвестицій Україні слід й надалі рухатися шляхом про європейських реформ, і не варто очікувати у найближче десятиліття пропозиції від ЄС щодо членства. Враховуючі ті геополітичні реалії, в яких знаходиться сьогодні вітчизняна економіка, подальшу реалізацію європейського шляху слід акцентувати увагу на:

1. Економічна підтримка ЄС України для подальшого економічного і безпечного розвитку.
2. Європейська інвестиційна підтримка за допомогою реалізації такого інструменту як План зовнішніх інвестицій ЄС.

Сьогодні розглядається так званий План економічної підтримки України, який планується застосувати на наступне десятиліття. Цей план економічної підтримки складатиметься з пакету заходів підтримки та інструментів, які допомагатимуть підтримувати мотивацію реформ в Україні, незважаючи на те, що країні не буде запропоновано перспективу членства в ЄС у короткостроковій перспективі. Це може бути досягнуто лише шляхом демонстрації того, що поточний проєвропейський процес реформ також веде до швидкого економічного зростання, збільшення доходів населення та створення нових робочих місць. Зазначені заходи повинні включати пакет значної фінансової інвестиційної підтримки (план Маршалла)[2], спрямований на досягнення більш швидкого зближення української економіки з європейським рівнем економічного розвитку.

Якщо обсяг інвестицій в економіку України майже подвоїться, то темпи річного економічного зростання в Україні можуть сягати 6–8% замість поточних 2–2,5% [1]. Пакет фінансової підтримки має становити щонайменше 5 мільярдів євро. План Маршалла для України має бути пов'язаний з конкретною програмою реформ, реалізація якої повинна відбуватися під контролем і моніторингом відповідних установ. З метою реалізації плану міжнародні донори повинні підписати обов'язкову угоду з Україною щодо фінансової допомоги, з одного боку, та конкретними реформами, термінами їх виконання та критеріями реалізації, з іншого. План повинен базуватися на принципі «підтримки в обмін на реформи». Отже, інвестиційне співробітництво реалізується через План зовнішніх інвестицій ЄС.

Список літератури:

1. Anders Aslund. UkraineNeedsInvestment, NotJustSolidarity: TimeforInternationalDonorstoPonyUp.
2. GediminasKirkilas, AndriusKubilius. Reforms in exchange for investments – EU commission is starting to implement Marshall plan for a Ukraine.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ 2020-2021

Глобальний фінансовий ринок як один з важелів розвитку світової економіки та економік країн світу проходить зараз ряд серйозних випробувань таких як пандемія COVID-19, всесвітній локдаун, обвал світового ринку акцій та вибори в США. Чого нам очікувати найближчий рік – два? Чи все так погано як здається? Що пророкують міжнародні фінансові спеціалісти?

Перш за все треба розглянути прогноз який надає міжнародний монетарний фонд. Фонд прогнозує у 2020 році глобальне зростання –4,9 відсотка, що на 1,9 відсоткового пункту нижче світового економічного прогнозу на квітень 2020 року. У 2021 році глобальне зростання прогнозується на рівні 5,4 відсотка. Загалом це призведе до того, що ВВП 2021 року буде приблизно на 6½ процентних пунктів нижчим, ніж у прогнозах до COVID-19 від січня 2020 року (табл. 1).

Фонд також зазначає, що негативний вплив на домогосподарства з низьким рівнем доходу є особливо гострим, перешкоджаючи значному прогресу, досягнутому у зменшенні крайньої бідності у світі з 1990-ті. А також надають низку порад як подолати майбутні фінансові проблеми. Серед порад наголошується на всесвітній співпраці с подолання кризи і особлива підтримка малого та середнього бізнесу по причині локдауну країни.

В той самий час фінансові експерти з різних інвестиційних фондів також мають власну думку на цей рахунок. Наприклад Том Еліот стратег по міжнародним інвестиціям з deVereGroup чітко виділяє три ключові, позитивні тенденції для світового фінансового ринку. По-перше, все більше знижується ймовірність подальшого підвищення процентних ставок у США в найближчі місяці. По-друге, є обґрунтовані економічні дані Китаю завдяки програмі стимулювання, у квітні індекси виробництва та невиробничої галузі становлять 50,1 та 53 відповідно - все, що перевищує 50, свідчить про розширення. І по-третє, і частково завдяки економічному "м'якому приземленню" Китаю, глобальні ціни на товари, здається,

зупинили своє багаторічне падіння, збільшивши запаси енергії та видобутку, а також валюти тих економік, в яких виробництво сировини є важливою часткою зайнятості, джерело іноземної валюти та / або національного ВВП. Він також зазначає що сильну роль в подальшому зіграє курс долара, а також інтерес у ньому серед інших країн і зазначає причини його слабкості. На його думку США, Китай, ОАЕ та інші країни, які прив'язують свою валюту до доларів США, мали стимул експорту для своєї економіки через слабший долар. Це тому, що слабший долар здешевлює їхні товари в інших місцях.

Таблиця 1

Прогноз реального ВВП світової економіки (річна зміна у відсотках)

Країни	2019	2020	2021
Світове виробництво	2,9	-4,9	5,4
Розвинена економіка	1,7	-8,0	4,8
США	2,3	-8,0	4,5
Євросона	1,3	-10,2	6,0
Німеччина	0,6	-7,8	5,4
Франція	1,5	-12,5	7,3
Італія	0,3	-12,8	6,3
Іспанія	2,0	-12,8	6,3
Японія	0,7	-5,8	2,4
Великобританія	1,4	-10,2	6,3
Канада	1,7	-8,4	4,9
Інші розвинуті економіки	1,7	-4,8	4,2
Ринки та країни, що розвиваються	3,7	-3,0	5,9
Азія	5,5	-0,8	7,4
Китай	6,1	1,0	8,2
Індія	4,2	-4,5	6,0
АСЕАН-5	4,9	-2,0	6,2
Європа	2,1	-5,8	4,3
Росія	1,3	-6,6	4,1
Латинська Америка та Кариби	0,1	-9,4	3,7
Бразилія	1,1	-9,1	3,6
Мексика	-0,3	-10,5	3,3
Близький Схід та Середня Азія	1,0	-4,7	3,3
Саудівська Аравія	0,3	-6,8	3,1
Африка на південь від Сахари	3,1	-3,2	3,4
Нігерія	2,2	-5,4	2,6
Південна Африка	0,2	-8,0	3,5
Країни з низьким рівнем доходу	5,2	-1,0	5,2

З іншого боку Ендрю Піз головний стратег інвестиційного фонду Russel Investments зазначає що ринки акцій, особливо в США, демонструють ціни які зазвичай спостерігаються після кількох років високої прибутковості. Він

вважає, що це частково це відображає швидкість відновлення ринку. Це також є наслідком наднизької, без ризикової доходності державних облігацій та придбання активів центрального банку, що призвело до стиснення премій за ризик та підвищення цін на активи. Також він виводить основні ризики для ринку: 1) Рівень зараження зростає, і прихід зими може спровокувати більш значущу другу хвилю. Компенсуючи це, рівень смертності в більшості країн залишається низьким, незважаючи на зростання кількості інфекцій, і новини щодо розробки вакцин є багатообіцяючими. 2) Переобрання президента США Дональда Трампа, швидше за все, принесло б користь американським акціям (подолання підвищення податків, більший протекціонізм), але перемога кандидата в президенти від демократів Джо Байдена виграла б від акцій США (більш гармонійні зовнішні та торгові відносини). 3) Переговори в Конгресі щодо подальшої фінансової підтримки США зайшли в глухий кут. Це призведе до погіршення рівня доходу споживачів, який дорівнює приблизно 4% ВВП, якщо домовленість не буде досягнута.

Отже, пандемія все ще залишається одним із головних викликів для світового фінансового ринку але до неї також починають приєднуватися і політичні виклики. Загалом якщо прогноз міжнародних організацій не є дуже втішним, то думка міжнародних фінансистів не є на стільки однозначною і несе позитивні речі також. Можна зробити висновок, що ситуація доволі не однозначна і ще може змінитися хоча основним маяком подальшого розвитку все ще залишається всесвітня пандемія і багато тенденцій все ще залежать від неї.

Список літератури:

1. International monetary fund: WorldEconomic Outlook Update, June 2020 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/06/24/WEOUpdateJune2020>
2. Finance digest: Latest outlook for global financial markets [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.financedigest.com/latest-outlook-for-global-financial-markets.html>
3. Global Market Outlook 2020: Old New Cycle [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://russellinvestments.com/us/global-market-outlook#ColorBoxesRoot_b8fda17e-a2a8-4716-be82-0e57bee24097

ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПЛАТІЖНИМ БАЛАНСОМ УКРАЇНИ

Платіжний баланс України, як і більшості країн світу, постійно знаходиться у дисбалансі, адже сальдо поточних операцій і сальдо підсумкового балансу в переважній більшості не дорівнюють нулю і, через це збалансовуються рухом капіталу, державними операціями та змінами в резервах, з метою урівноваження платіжного балансу. В сучасних умовах кризових явищ в Україні, поширенням COVID-2019, особливої уваги дістають методи, які надають змогу аналізувати стан платіжного балансу країни й усувати дисбаланси. Окрім того, особливої актуальності набувають питання щодо пошуку ефективних джерел покриття даних дисбалансів платіжного балансу в Україні.

Платіжний баланс є концентрованим виразом якості функціонування економіки країни, відображаючи як існуючі проблеми економічного розвитку держави, так і позитивні тенденції зростання економіки. В умовах макроекономічної незбалансованості певних країн світу, властивої практично всім економікам, для платіжного балансу країни характерні деякі диспропорції в частині позитивного або негативного сальдо окремих його статей. Це і обумовлює гостру необхідність його регулювання, в першу чергу з боку держави. Державне регулювання платіжного балансу є системою прямих і непрямих заходів, спрямованих на формування статей платіжного балансу, а також їх регулювання і покриття сформованого сальдо з використанням внутрішніх або зовнішніх ресурсів[5].

Найбільш загальна класифікація, заснована на часі впливу тих чи інших методів, а також на необхідності усунення тимчасових негативних наслідків впливу ряду факторів, передбачає поділ методів регулювання платіжного балансу на довгострокові (кінцеві) і короткострокові (тимчасові). Найчастіше державне регулювання платіжного балансу здійснюється з метою досягнення довгострокового результату, іноді для усунення його нерівноваги

необхідне використання ряду методів, спрямованих на усунення тимчасових диспропорцій, що можливо шляхом використання короткострокових методів регулювання (табл. 1).

Таблиця 1

Короткострокові та довгострокові методи оптимізації управління платіжним балансом [1-4]

№	Довгострокові (кінцеві) методи	Короткострокові (тимчасові) методи
1	Девальвація (зниження курсу національної валюти). Даний метод використовується при необхідності стимулювання експорту і скорочення обсягів імпорту.	Покриття дефіциту за допомогою кредиту МВФ.
2	Спеціальні заходи державного впливу можна розділити на три групи в залежності від напрямку впливу: заходи державного впливу при регулюванні експорту та імпорту; заходи державного впливу при регулюванні платежів і надходжень за «невидимими операціями»; заходи державного впливу при регулюванні руху капіталів.	Банківські кредити, які можна дістати з високорозвинених країн, в яких банки свої кошти об'єднують в консорціуми. Перевагою для країни-позичальника такого способу фінансування є відсутність необхідності реалізації нав'язуваних програм.
3	Прямий контроль включає в себе заходи по встановленню митних та інших зборів; обмеження імпорту; заморожування іноземної виручки експортерів; концентрації валютних операцій тільки в уповноважених банках; скорочення безвідплатної допомоги та інші заходи.	СВОП (SWAP) – короткострокові кредити, взаємно надаються центральними банками в національній валюті. Така угода передбачає двосторонню угоду, на підставі якого країни обмінюються потоками платежів однакової суми заборгованості.
4	Методи грошово-кредитної політики можуть бути використані як з метою непрямого впливу на стан платіжного балансу, так і прямого - за допомогою впливу на окремі його статті.	Експортне кредитування є кредитуванням іноземних покупців з метою збільшення їх попиту на вітчизняну продукцію, що призводить до зростання обсягів експорту.
5	Методи бюджетно-податкової політики (надання субсидій експортерам з метою підвищення експортної потужності економіки; повна або часткова ліквідація субсидій збитковим підприємствам; підвищення імпортних мит; скорочення масштабів діяльності державних підприємств, функції яких можуть виконувати приватні підприємства; розширення підтримки малого і середнього бізнесу.	Пільгові кредити, що надаються в якості фінансової допомоги розвиненими країнами країнам, що розвиваються. Однак у такої форми фінансування є істотний недолік, що полягає в високих темпах зростання зовнішньої заборгованості.
6	Дефляція (зниження темпів інфляції). В основному дефляційна політика спрямована на рішення внутрішньо-економічних завдань країни, але поряд з цим її позитивним наслідком є покращення стану платіжного балансу.	
7	Дисконтна політика центрального банку (зміна облікової ставки) спрямована на регулювання валютного курсу, попиту і пропозиції на позичковий капітал і за допомогою цього на стан платіжного балансу.	

З точки зору збалансування платіжного балансу в умовах дефіцитного рахунку поточних операцій найкращими ресурсами є прямі іноземні інвестиції (ПІІ). Прямі інвестиції протягом останніх 3 років в Україні мали

чітку динаміку до зростання на 1,2% в 2017 році, на 4,11% в 2018 році та на 8,83% в 2019 році та становили відповідно 31,606 млрд. дол. та 32,205 млрд. дол. та 35,809 млрд. дол.

Збереження високих зовнішньоторговельних дефіцитів, за умов низького приросту зовнішніх ресурсів, у т.ч. ПІ, значить, що Україна повинна буде досить активно користуватися власними валютними резервами та державними кредитами, як для поточних виплат, так і забезпечення вимог за зовнішніми боргами (насамперед, державними). В цілому державний борг України протягом 2016-2019 рр. мав чітку динаміку до зростання із рівня в 55,59 млрд. дол. в 2015 році до 74,36 млрд. дол. в 2019 році. Динаміка зовнішнього державного боргу України протягом 2015-2018 рр. мала чітку динаміку до зростання із рівня в 30,82 млрд. дол. в 2014 році до 39,7 млрд. дол. в 2018 році. Проте за результатом 2019 року зовнішній борг зменшився на 0,9% із рівня в 2018 році в 39,7 млрд. дол. до 39,3 млрд. дол. в 2019 році. Зовнішня заборгованість за випущеними цінними паперами в Україні протягом 2014-2019 рр. в структурі зросла на 0,54% із рівня в 56,07% в 2014 році до 56,61% в 2019 році[3].

Витрачання золотовалютних резервів - один з методів регулювання платіжного балансу. Протягом 2015-2019 рр. офіційні резерви мали чітку динаміку до зростання. В 2018 році офіційні резерви зросли на 10,7% до рівня в 20,82 млрд. дол., а в 2019 р. продовжилася тенденція до зростання офіційних резервів на 21,53% до рівня в 25,302 млрд. дол.[3]

Таким чином, перелік методів регулювання платіжного балансу досить великий і різноманітний, що обумовлює необхідність (при виборі того чи іншого набору методів регулювання платіжного балансу) проведення детального аналізу всіх економічних процесів, що відбуваються як усередині країни, так і за її межами; дослідження факторів, які безпосередньо впливають на ці процеси, а також прогнозування результатів реалізації обраних заходів.

Список літератури:

1. Жаліло А. Я. Тенденції формування зовнішніх платіжних дисбалансів: глобальні чинники та ризики для України К.: НІСД, 2013.-62 с.
2. Дроб О. М. Аналіз платіжного балансу країни на основі маржинального підходу // Держава та регіони. - 2017. - № 4. - С. 59-67.
3. Статистика зовнішнього сектору України URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external#1>
4. Шкляр А.І. Платіжний баланс України: чинники кризи і механізми відновлення рівноваги // Актуальні проблеми економіки. 2010. № 6. С. 266–272.
5. Юрчишин В. Макроэкономические риски платежного баланса // Финансовые риски. 2018. № 2. С. 30–35.

Петрина В.І. (магістрант)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах розвитку світової економіки одну з найважливіших ролей набуває фондовий ринок, що відображає рівень розвитку економіки країни загалом. Фондовий ринок України розпочав формуватися тільки після одержання незалежності, саме тому на сьогодні він доволі молодий, а на його подальший розвиток впливають наявні негативні явища, що відбуваються в країні та світі.

На сьогодні український ринок цінних паперів перебуває в стадії формування. Незважаючи на те, що за останні десятиліття країні доводилося переживати кілька ударів глибоких економічних криз (1990-ті роки, 2008–2009 рр., 2014–2015 рр.), ринок цінних паперів в Україні все ж має певні перспективи для подальшого розвитку, який неможливий без кардинальних змін та великого обсягу роботи в цьому напрямі.

Аналізуючи динаміку розвитку торгівлі на ринку цінних паперів протягом 2014-2019 рр. мав декілька тенденцій[1-2]:

- зменшення в 2015 році на 6,83% обсягів торгів до рівня в 2172,67 млрд. грн.;

- зростання обсягів торгів цінними паперами в 2016 році на 9,79% до рівня в 2385,37 млрд. грн.;

- зменшення обсягів торгів на ринку цінних паперів в 2017 році на 80,35% до рівня в 468,69 млрд. грн. Причиною такого падіння є різке зменшення неринкових угод на організованому ринку. Також зменшення обсягу торгів акціями відбулося за рахунок продовження роботи з очищення ринку капіталу та підвищення прозорості біржового сегменту;

- зростання в 2018 році торгів на 26,01%, та на 16,9% в 2019 році до рівня в 690,39 млрд. грн.

Протягом 2014-2019 рр. спостерігається суттєве скорочення частки фондового ринку в ВВП із рівня в 146,95% в 2014 році до 17,37% в 2019 році (темп скорочення становив за 5 років -129,58%).

Також за період 2014-2019 рр. на біржовому ринку було зафіксовано дві динаміки[1-2]:

1. динаміка зменшення протягом 2014-2017 рр. із рівня в 619,7 млрд. грн. в 2014 році до 205,8 млрд. грн. в 2017 році (негативний приріст становив -53,8% в 2015 році, на -17,8% в 2016 році та на -12,6% в 2017 році);

2. динаміка щодо зростання торгів на біржовому ринку в 2018-2019 рр. на 26,8 % в 2018 році та на 16,9% в 2019 році при якому обсяг біржових торгів становив 260,9 млрд. грн. та 305,0 млрд. грн. відповідно.

Обсяги торгівлі на позабіржовому ринку протягом 2014-2016 рр. мали чітку динаміку до зростання на 10,2% в 2015 році та 0,3% в 2016 році до рівня в 1886,5 млрд. грн. в 2015 році та до 1892,1 млрд. грн. в 2016 році.

Проте в 2017 році обсяг торгів на позабіржовому ринку зменшився на 86,1% до рівня в 262,9 млрд. грн. Протягом 2018-2019 рр. відбувалося поступове відновлення позабіржового ринку із рівня 329,7 млрд. грн. в 2018 році до рівня в 385,4 млрд. грн. в 2019 році.

В структурі протягом 2014-2019 рр. переважну частку займали торги на позабіржовому ринку, частка яких протягом 2014-2019 рр. зменшилася із рівня в 73,43% в 2014 році до 55,83% в 2019 році.

Протягом 2014-2019 рр. серед організаторів торгівлі найбільший обсяг торгівлі здійснювався на Перспективі, де обсяг торгівлі ЦП протягом 2016-

2019 рр. мав чітку динаміку до зростання із рівня в 136,057 млрд. грн. в 2016 році до 186,363 млрд. грн. Частка даної біржі в динаміці мала чітку тенденцію до зменшення із рівня в 79,15% в 2014 році до 61,1% в 2019 році.

На другому місці за обсягами торгівлі цінними паперами на біржовому ринку протягом 2014-2019 рр. перебувала ПФТС із часткою в торгівлі з 15,47% в 2014 році до 37,63% в 2019 році. В динаміці обсяг торгівлі ЦП на даному ринку мав чітку динаміку до зростання на 68,65% в 2017 році, на 174,9% в 2018 році та на 101,9% за 2019 рік. Також протягом 2019 року торгівля цінними паперами здійснювалася ще на УБ, із часткою біржі в обсязі 1,26%, а обсягом торгівлі цінними паперами в розмірі 3,84 млрд. грн.

Таким чином, подальший розвиток ринку цінних паперів в Україні потрібний тому, що він здійснює вплив на рівень розвитку національної економіки. Проте на даному етапі становлення фондовий ринок в Україні не здійснює виконання прямих обов'язків. Так, в розвинутих країнах світу через фондовий ринок забезпечується реалізація національних інтересів, він здійснює сприяння інвестуванню від вітчизняних та іноземних інвесторів, раціонально поділяє фінансові ресурси та створює ефективну систему захисту прав інвесторів. Нажаль в Україні на сьогодні відсутні інструменти фінансування, що могли б бути джерелом прибутку, саме тому що Україна досі має низький рівень інвестиційної привабливості. Вітчизняні галузі капіталовкладень є нерентабельними та ненадійними, що і викликає відтік капіталу з фондового ринку.

Список літератури:

1. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ssmc.gov.ua>.
2. Річні звіти за 2011-2019 рік Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ssmc.gov.ua/>
3. Фондовый рынок: без явных перспектив, но с нормативной базой [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://fdk.net.ua/article/>
4. Фондовый рынок, реалії сьогоднішнього дня [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.minfin.com.ua/>

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ УКРАЇНИ

Транспорт є одним із найважливіших складників економічної системи будь-якої країни, безперервна робота якого становить передумови становлення і розвитку ринкових відносин. Ринок авіаперевезень має найшвидші з-поміж всіх видів транспорту темпи зростання. Це зумовлено підвищенням мобільності населення, розвитком національного і міжнародного туризму, зростанням ділової активності підприємств та безвізового режиму. В таких умовах актуалізується проблема оцінки стану, перспектив розвитку та проблем авіаперевезень.

Авіаційний транспорт є одним із наймолодших видів сполучення. Його перевагами є: швидкість доставки, висока надійність, найкраще збереження вантажу, можливість доставки вантажів у важкодоступні райони, найбільш короткі маршрути перевезень. Недоліками авіаперевезень є: висока собівартість, найвищі тарифи серед інших видів транспорту, висока капіталомісткість, матеріаломісткість і енергоємність перевезень, залежність від метеорологічних умов. Проблема міжнародних перевезень у сучасній економічній теорії приділяється досить багато уваги, в тому числі питанню розвитку авіаційних перевезень в Україні.

Основною з ключових проблем українського ринку авіаперевезень вважається його монополізація [1]. Саме вона приводить до встановлення високих цін на послуги авіаперевізників. Тоді як цивільна авіація у Європі є одним із дешевих видів транспорту: вартість квитка варіюється у межах 1–45 євро, в Україні ціни можуть сягати кілька сотень доларів США. Іншим питанням є високі тарифи на надання аеропортами послуг авіакомпаніям, наприклад, проведення навігаційних систем чи повітряний супровід [1]. Сьогодні дешевше, скажімо, злітати зі Львова за кордон (Болгарія, Туреччина), ніж із Києва до Одеси. Іншою низкою ключових проблем розвитку авіаційної галузі України є: – зношеність основних фондів; –

дефіцит кваліфікованих кадрів; – невідповідність технічних можливостей аеропортів сучасним міжнародним вимогам; – відсутність державної підтримки створення нової техніки й впровадження сучасних технологій; – відсутність державної програми підтримки розвитку авіатранспортної та авіабудівної систем; – жорстка податкова політика держави щодо авіаційної галузі; – недостатній рівень правової бази сертифікації експлуатантів; – невизначеність умов діяльності та підвищений економічний ризик управління авіакомпаній; – недостатня модернізація парку повітряних суден; – велика кількість формальностей під час міжнародних авіаперевезень; – завантаженість аеропортів та повітряного простору тощо [2]. Для подолання наявних проблем та формування конкурентних переваг, що сприятимуть зміцненню позицій на світовому ринку, збільшенню рентабельності, залученню інвестицій, розвитку технологічної бази, для України пріоритетним напрямками є: – створення міжнародних консорціумів за участю провідних транснаціональних корпорацій; – організація спільних підприємств; – довгострокова кооперація; – транскордонні злиття і поглинання; державна підтримка. Перспективою розвитку авіаційної галузі України є консолідація авіаційних підприємств у межах потужних структур, що є характерним для авіаційних комплексів розвинутих країн. Крім того, ефективним кроком є приватизація частини підприємств державного авіаційного комплексу з метою підвищення прибутковості та інвестиційно-інноваційної активності підприємств. Приватизація дає змогу подолати такі недоліки державного управління, як монополізм та відсутність конкурентних умов бізнесу, відсутність стимулів щодо отримання прибутку, обмеженість фінансування, нецільове використання коштів. Ще одним пріоритетом розвитку має стати політика провідних українських авіакомпаній, спрямована на інтегрування внутрішніх та міжнародних авіарейсів. Вдале географічне розташування України і наявність міжнародних аеропортів дають можливість освоєння нової відкритої ніші ринку – ринку транзитних пасажирів, що літають між Західною та Східною півкулями, а також з Європи

з пересадкою в столиці України. Практична реалізація вище викладених заходів дасть змогу забезпечити подальший прогресивний розвиток авіаційного комплексу України, налагодити тісні соціальні та економічні взаємозв'язки з іншими країнами, розширити потенційні ринки збуту української авіабудівної продукції, забезпечити участь вітчизняних підприємств у виконанні іноземних проектів та зайняти гідне місце у глобальному конкурентному середовищі авіатранспортних послуг. За прогнозами, до 2030 року пасажиропотік через аеропорти України зросте в 4,3 разі проти показника 2017 року – до 71,2 млн. із 16,5 млн. осіб. Крім того, до 2030 року очікується зростання частки пасажиропотоку, що перевозиться авіакомпаніями «лоу-кост», до 35% від загального обсягу, а також зменшення мінімальної вартості квитка до 25–30 євро [3]. Зокрема, це сприятиме збільшенню мережі внутрішніх маршрутів утричі, міжнародних – удвічі, а також залученню авіаційного транзитного вантажопотоку через столичні і регіональні аеропорти України.

Перспективою розвитку авіаційної галузі є консолідація авіаційних підприємств у межах потужних структур, що є характерним для авіаційних комплексів розвинутих країн. Крім того, ефективним кроком є приватизація частини підприємств державного авіаційного комплексу з метою підвищення прибутковості та інвестиційно-інноваційної активності підприємств. Приватизація дасть змогу подолати такі недоліки державного управління, як монополізм та відсутність конкурентних умов бізнесу, відсутність стимулів щодо отримання прибутку, обмеженість фінансування, нецільове використання коштів. Ще одним пріоритетом розвитку має стати політика провідних українських авіакомпаній, спрямована на інтегрування внутрішніх та міжнародних авіарейсів.

Список літератури:

1. Особливості трансформації світового ринку авіаційних перевезень / С.Ф. Смерічевський, І.Г. Михальченко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. 2015. Вип. 2 (46). С. 29–37.

2. Аналіз та оцінка стану авіаційних перевезень в Україні, їх перспективи розвитку / URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=52634>
3. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>
4. Пасажиропотік аеропортів України. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Пасажиропотік_аеропортів_України
5. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2017 рік. URL: <http://www.avia.gov.ua/>
6. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2015 рік. URL: <http://www.avia.gov.ua/>

Анісімов В.С. (магістрант)

СУЧАСНИЙ СТАН І ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

Оцінка трансформації ринку автомобілів ЄС дає можливість ідентифікувати сучасні тренди консолідації ринку в рамках зростання обсягу випуску та диверсифікації випуску продукції. Аналіз трендів розвитку європейського ринку транспортних засобів вказує на періодичне коливання обсягів виробництва, складу та структури європейського ринку автомобілів, при цьому автомобілебудування для ЄС має стратегічне значення, оскільки створює вагомий частку ВВП та зайнятості. Окрім того, потужна експортна орієнтація автомобілебудування ЄС обумовила формування додаткових конкурентних переваг на глобальних товарних ринках.

Дослідження теоретичних аспектів розвитку світового ринку автомобілів обумовлює потребу проведення структурного аналізу трендів розвитку європейського ринку транспортних засобів. Автомобільна екосистема ЄС забезпечує роботу 14,6 млн. громадян ЄС, або 6,7% від загальної чисельності зайнятих. Оскільки 2,7 млн. жителів працюють на виробництві автомобілів на 226 заводах в ЄС, на автомобільну промисловість припадає 8,5% від загальної кількості виробничих робочих місць в європейському регіоні. Понад 18,5 млн. автомобілів було «вироблено в Європі» у 2019 р., що становить 20% світового випуску автомобілів [1]. 5,6 млн. автомобілів було експортовано по всьому світу в 2019 р., що

призвело до профіциту зовнішньої торгівлі ЄС у розмірі 74 млрд. євро. На сьогоднішній день на дорогах Європи перебуває 313 млн. транспортних засобів. Окрім цього дані транспортні засоби є важливим джерелом державного доходу в ЄС, забезпечуючи податки на суму понад 440,4 млрд. євро [1].

Податкові надходження компаній автомобілебудівного сектору ЄС становлять 440,4 млрд. євро податків, а профіцит зовнішньої торгівлі в галузі сягає 84,4 млрд. євро. Вкладаючи 57,4 млрд. євро в НДДКР щороку, автомобільний сектор є найбільшим приватним інвестором в інновації в Європі, на який припадає 28% загальних витрат ЄС. Інновації – це основа конкурентного розвитку сучасного автомобільного сектору. В даний час автомобільна промисловість є найбільшим джерелом фінансування НДР в ЄС, інвестуючи вражаючі 60,9 млрд. євро, що робить ЄС технологічним лідером серед інших регіонів світу у міжнародній конкуренції та допомагає втілити чисту та розумну трансформацію мобільності в реальність. ЄС лідирує у світі за кількістю патентів на самокеровані транспортні засоби, забезпечуючи третину від глобальних кількості заявок на охоронні документи [1-2].

Підводячи підсумок, зазначимо, що провідними конкурентними перевагами європейських автовиробників, які обумовлюють їх лідерські позиції на глобальному ринку є [2]:

- високий рівень концентрації виробництва автомобілів в ЄС;
- зростання рівня автоматизації та роботизації виробничих процесів;
- географічна присутність на більшості сегментів світового ринку;
- значний досвід автомобілебудування.

Список літератури:

1. Статистика європейського ринку автомобілів // Режим доступу: https://www.acea.be/uploads/statistic_documents/Economic_and_Market_Report_full-year_2019.pdf
2. Статистика європейського ринку автомобілів // Режим доступу: https://theicct.org/sites/default/files/publications/European_vehicle_market_statistics_20192020_20191216.pdf

СУЧАСНИЙ СТАН ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ В ЄС

Другим після США ринком венчурного капіталу за рівнем розвиненості є Європейський Союз. В Європі венчурне фінансування стрімко розвивалося з початку 80-х рр. ХХ ст. Для багатьох країн континентальної Європи (Франції, Німеччини, Італії) характерна система фінансування інновацій, в якій найважливішу роль відіграють різні державні органи, що відповідають за проведення науково-технологічної політики. Венчурні фонди і малий інноваційний бізнес в такій системі часто грають підпорядковану роль, будучи афілійованими з банками, корпораціями та дослідницькими інститутами. У Скандинавських країнах (Швеція, Фінляндія, Данія) венчурні центри сформовані при університетах та наукових лабораторіях, а також по сусідству з великими дослідницькими корпораціями, тобто об'єднані навколо певних галузевих і територіальних кластерів.

Участь урядів європейських країн в процесі венчурного фінансування відіграє значну роль. Часто держава є співзасновником та співвласником (до 40% статутного капіталу) таких фондів. Найбільш відомі з них: «UK High Technology Fund» (Великобританія), «KfW» (Німеччина) та інші [1].

Венчурне фінансування в Європі, як і в США, значно скоротилося внаслідок світової фінансової кризи. Якщо в 2008 р. обсяг венчурних інвестицій становив 7,7 млрд дол. США, то в 2009 р. знизився до 5,7 млрд дол. США. Позитивна тенденція досить швидкого відновлення обсягів венчурного фінансування в Європі до 2011 р. змінилася скороченням в 2012 р. Динаміка венчурного фінансування в Європі представлена на рис. 1.

В цілому в Європі спостерігається відмінна від США структура розподілу венчурних інвестицій за стадіями розвитку інноваційних компаній. У 2012 р. 75% венчурного капіталу припадало на доринкову і початкову стадії життєвого циклу, 25% - на розширення і пізню стадію. На відміну від США, в Європі обсяги венчурних інвестицій на ранніх стадіях розвитку компаній є значно більшими.

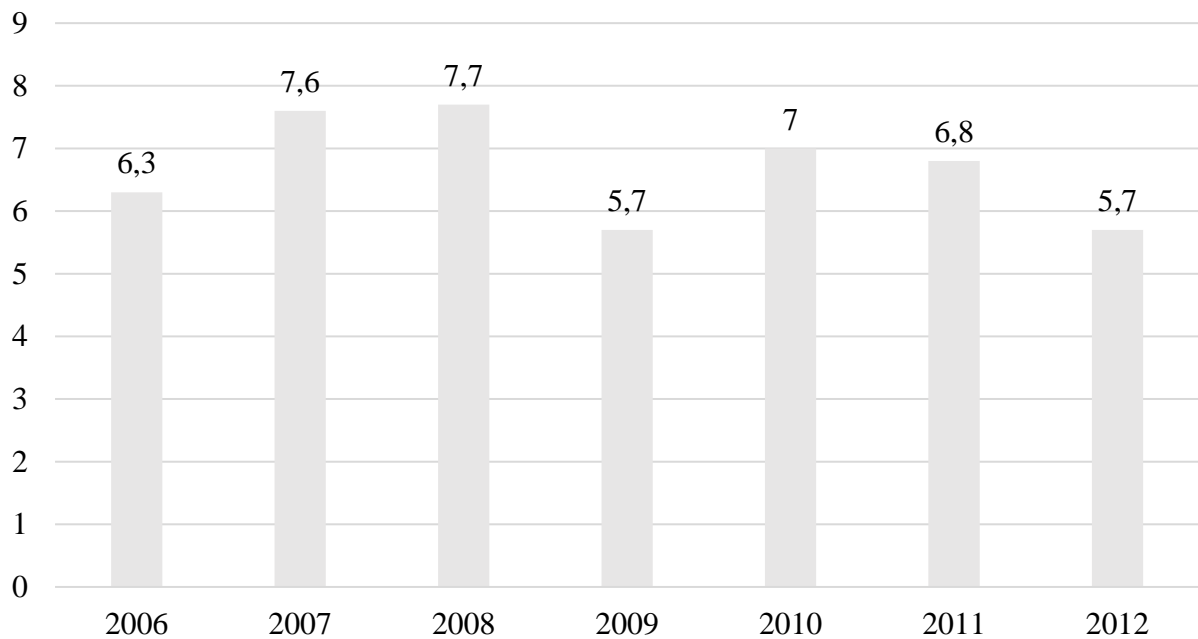


Рисунок 1 – Динаміка венчурного фінансування в ЄС в період кризи 2008-2009 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором на основі [2]

Саме державна підтримка має особливе значення при становленні і розвитку ринку венчурного капіталу, особливо на початкових етапах. Рекомендації з розвитку національних систем фінансування інновацій, що розробляються експертами міжнародних організацій, як правило, виходять з необхідності побудови системи фінансування, яка в значній мірі копіює систему США. Разом з тим, в європейській економіці, так само як і в багатьох інших країнах, такий підхід видається малопродуктивним [3, с. 48-52]. США має високий рівень розвитку ринкових інститутів, розвинений ринок злиттів і поглинань, високий рівень публічності компаній. Водночас, європейська фінансова система характеризується традиційним переважанням банківського фінансування інноваційної діяльності, тоді як інвестиційні інструменти фінансових ринків є менш розвиненим порівняно зі США.

Список літератури:

1. Aleksandrin I.N., Tiutkalova A.V. Foreign experience of venture financing. Society: politics, economics, law, 2012, no. 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyuyopyt-razvitiya-industrii-venchurnogo-finansirovaniya>

2. Dumnova N.A., Riazantseva T.V. Venture investments as a source of prosperity and social stability of the country. URL: http://www.orelgiet.ru/docs/pdf/11_10_12_12.pdf.

3. Pestova A.A., Solntsev O.G. Financing of innovation: in search of the Russian model. Banking, 2009, no. 1, pp. 48–52.

Діц Т.Б. (магістрант)

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день інновації стали найважливішим фактором економічного зростання та конкурентоспроможності економіки, однак перешкодою для їх впровадження стає відсутність необхідних форм та обсягів фінансування. Підприємства постійно шукають нові шляхи для залучення інвестицій з метою збільшення обсягів виробництва, створення або закупівлі нових виробничих потужностей. Провідну роль у фінансуванні підприємств, новітніх розробок та проектів відіграють венчурні фонди і венчурний капітал як джерело фінансування інновацій.

Поняття венчурного капіталу є відносно новим для української економічної практики і почалась досліджуватись українськими науковцями лише у 1980-х. Так, вітчизняними і зарубіжними науковцями було виділено дві основні риси венчурного капіталу: ризикова та інвестиційна. Інвестиційну складову венчурного капіталу у своїх працях розглядали О. Дацій, М. Кропивка, М. Дем'яненко, О. Гальчинський, І. Бланка. Особливості інвестиційного забезпечення досліджували М. Кісіль, В. Юрчишин, А. Гайдуцький, О. Олійник, В. Борисова.

Венчурний капітал (від англ. «venture» - ризикова справа) як джерело фінансування малого та середнього бізнесу уперше почав використовуватися у США у 1950-х роках та у кінці 1970-х у країнах Західної Європи. Поняття венчурного інвестування означає вкладення довгострокових фінансових інвестицій у акціонерний капітал малих високотехнологічних компаній з

метою отримання прибутку. Головною відмінністю венчурних інвестицій є їх висока ризиковість і ймовірність втрати своїх початкових вкладень.

Венчурними фондами прийнято називати фонди приватного капіталу (private equity funds). Це фінансові посередники, які інвестують кошти у підприємства на ранніх стадіях свого розвитку. Прибутковість венчурних фондів досягається завдяки віддачі від найбільш вдалих вкладень [1].

В Україні розвиток ринку венчурного капіталу розпочався після створення Фонду «Україна» у 1992 році. За роки своєї діяльності Фонд інвестував понад 10 млн. дол. США. У 1994 р. за підтримки США створено «Western NIS Enterprise Fund» з капіталом 150 млн. дол. США. У 1998 році за підтримки Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) були створені також «Black Sea Fund» та компанія «Euroventures Ukraine» з капіталізацією у 30 млн. дол. США. [2]

Табл. 1

Характеристика провідних суб'єктів венчурного інвестування в АПК України

Назва фонду / компанії	Рік відкриття в Україні	Розмір інвестиційного капіталу	Напрями інвестування	Проекти на стадії реалізації
Western NIS Enterprise Fund	1995	150 млн. дол. США, засоби надані урядом США	Харчова промисловість, сільське господарство	Морозиво «Троянда», соняшникова олія «Сонола», концерн «АВК»
Euroventures Ukrainian Fund	1998	26 млн. євро, засоби надані ЄБРР, Голландським банком розвитку, приватний іноземний капітал	Харчова промисловість	Мережа магазинів «Фуршет», виробництво квасу «Ярило», IDS(мінеральна вода «Миргородська»), Русановський м'ясокомбінат
Інвестиційна компанія «Інеко»	1994	Національний капітал	Пивоварна промисловість	ПАТ «Ніжинське пиво»

Джерело: [3].

Венчурне інвестування в Україні на сьогодні не має розвинутої законодавчої бази. Уся діяльність венчурних фондів, яких в нашій країні

близько 170 і які переважно задіяні у сфері ІТ технологій, регулюється Законом України «Про інститути спільного інвестування».

За українським законодавством венчурний фонд – це інвестиційний фонд закритого типу (корпоративний або пайовий), вкладниками якого можуть бути виключно юридичні особи, а на структуру активів не накладаються обмеження. Варто також зазначити, що українське тлумачення венчурного фонду значно відрізняється від західного: метою створення українських венчурних фондів часто є не фінансування інноваційних проектів, а використання податкових пільг [3].

Сьогодні класичні венчурні інвестори в Україні – це невелика кількість венчурних фондів та інвестиційних компаній, бізнес-акселератори та інкубатори, інвестиційні хаби, бізнес-ангели та приватні підприємці. Наразі венчурні фонди інвестують переважно в ІТ-компанії. Прикладами є угоди купівлі одеської компанії «Looksery» американським «Snapchat» за 150 млн дол. США, залучення українським стартапом «GitLab» 4 млн дол. США від фонду «Khosla Ventures» і 1,5 млн дол. США від фонду «Sound Ventures», а також інвестиції ЄБРР (в розмірі 4 млн дол. США) і «TMT Investments» (1 млн дол. США) в український фотобанк «Depositphotos».

В майбутньому при зростанні економіки сфера венчурного інвестування значно посилиться і стане одним з локомотивів подальшого розвитку України. Інтерес до України у закордонних інвесторів існує, не дивлячись на економічну і політичну турбулентність. Найбільший інтерес викликають сегмент інформаційно-комунікаційних технологій, інфраструктура, агропромисловий сектор. Перспективними є проекти на перетині інформаційних технологій та аграрної промисловості, а також інформаційних технологій і медицини.

Список літератури:

1. Wasserman, N.V. (2014), *Dulemu zasnobnuka, yaki mozhut poglunytu startup* [Founder dilemmas that anticipate and prevent pitfalls that can absorb the startup, Alpina Pabblesher], Moscow, Russia. [The Founder's Dilemmas Anticipating and Avoiding the Pitfalls that Can Sink a Startup]. С. 21-22.

2. Баранецький І.О. Особливості та перспективи розвитку венчурного підприємництва в Україні / І.О. Баранецький // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 4. – С. 46–52.

3. Васенко В.К. Агропарки як важливий інструмент активізації інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки України // Економіка АПК. – 2014. – № 9 (119). – С. 84–88

4. Лаврук В.В. Венчурне інвестування інноваційної діяльності. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України, № 1, 2012. С. 225-227.

Наумович М.С. (магістрант)

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЄС

В умовах поглиблення регіональних інтеграційних процесів в ЄС відбувається зростання концентрації науково-дослідної діяльності, а також зайнятості у високотехнологічних кластерах. Аналізуючи результати інноваційної діяльності 1000 найбільших компаній-інвесторів у науково-дослідні розробки (НДР) в ЄС, можна встановити доволі нерівномірний розподіл витрат на НДР. Висока концентрація також стосується обсягів продажів інноваційних товарів і послуг, а також структури зайнятості. Так, лише 25 найбільших європейських інвесторів в науку забезпечують 50 % витрат на НДР від загального обсягу витрат 1000 найбільших інвесторів ЄС у НДР.

Зростання концентрації інвестицій у НДР серед порівняно невеликої кількості гравців є характерною тенденцією і на світовому рівні. За даними Європейської Комісії [4], лише 2500 найбільших корпоративних інвесторів у НДР світу забезпечують 90% загального обсягу світових витрат на НДР, що фінансуються бізнесом. Більше того, лише на декілька компаній припадає значна частка всіх витрат на НДР у кожному регіоні світу.

В науковій літературі доведено тісний зв'язок між НДР, нематеріальними активами і продуктивністю праці. Сучасні дані також свідчать про те, що зменшення інвестицій у НДР та комерціалізацію винаходів обумовлює уповільнення продуктивності праці підчас останньої

світової економічної кризи [1]. Так, за оцінками європейських фахівців, до кризи майже дві третини економічного зростання в Європі з 1995 по 2007 рік були обумовлені розвитком НДР та зростанням інвестицій в нематеріальні активи. Після кризи, з 2010 по 2016 рік, майже 50 % економічного зростання в Європі залежала від НДР: за оцінками А. Браво-Біоска та ін. [2], внесок НДР в економічне зростання зменшився через значне зростання кількості відпрацьованих годин – чинника, який мав мінімальний вплив у попередній період.

Стратегією «Європа 2020» встановлено цільову наукоємність ВВП для країн-членів ЄС на рівні 3 %. При цьому структура національних економік держав-учасниць ЄС пояснює, чому більшість з них не здатні досягти високого рівня інтенсивності НДР — більшість із них залишаються на рівні нижче 3 % ВВП. В даний час лише деякі держави-члени досягли цієї мети, тоді як ЄС в цілому не зможе її досягти до 2020 року. Структура економіки ЄС є подібною до інших країн-технологічних лідерів (США, Канада, Японія, Південна Корея та ін.), більше половини загальної чисельності зайнятих працевлаштовані в наукомістких секторах економіки. ЄС, як і будь-яка сучасна економіка, характеризується переважанням сектору послуг, що становить понад 70% ВВП і зайнятості. Зокрема, наукомісткі послуги мають забезпечують понад 40 % ВВП та зайнятості в ЄС.

На відміну від США в структурі економіки ЄС спостерігається більша частка середньо-високотехнологічних виробництв та менший рівень спеціалізації на наукомістких послугах. Варто зазначити, що Південна Корея виділяється серед аналізованих країн значно вищою часткою високотехнологічних та середньо-високотехнологічних виробництв на рівні 8,4 % ВВП [3].

В межах Європи в державах-членах спостерігається значна неоднорідність науково-технологічного розвитку. Так, існують країни, які будують свої наукоємні сектори, з досить високою часткою наукомістких видів діяльності, що перевищують 50 % ВВП (найвище значення має Бельгія

– майже 60 % ВВП) [3]. Також існує група країн (східноєвропейські економіки та країни Південної Європи), в структурі економіки яких наукомісткі сектори не перевищують 40%, головним чином завдяки значно меншій частці наукомістких послуг. Дійсно, ці країни стикаються з труднощами щодо вдосконалення своєї економічної структури, такі як, наприклад, Італія, Греція та Португалія. Європа, як правило, спеціалізується на виробництві середньо-високих технологій. В основному це центральні, східні та південно-східні країни, які за останні десятиліття сформували значну виробничу базу в цих галузях, особливо в автомобільному секторі, що обумовлено збільшенням прямих іноземних інвестицій з інших країн, таких як Німеччина.

Список літератури:

1. Endogenous technology adoption and R&D as sources of business cycle persistence / Anzoategui, D., Comin, D., Gertler, M. and Martinez, J. *American Economic Journal: Macroeconomics*. 2019. № 11(3). P. 67-110.
2. Plan I - Innovation for Europe / Bravo-Biosca, A., Martson, L., Mettler, A., Mulgan, G. and Westlake S. Lisbon: Nesta and The Lisbon Council, 2013.
3. Science, Research and Innovation Performance of the EU 2020 A fair, green and digital Europe, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2020. – 770 p.
4. The 2018 EU Industrial R&D Investment Scoreboard / Hernández, H., Grassano, N., Tübke et al. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018. 98 p.

Фостаченко О.О. (магістрант)

СТРУКТУРНА ОПТИМІЗАЦІЯ ПОТОКІВ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

Якісний та стабільний соціально-економічний розвиток держави базується на стабільних вхідних фінансових потоках, які не лише виконують роль валютних компенсаторів для стабільності національної валюти, але й є джерелом створення нових робочих місць та виробництв в країні, оскільки іноземний капітал в залежності від його характеристик (виробничий, фінансовий, спекулятивний) є певним відображенням рівня довіри іноземного інвестора до національної економічної системи. Аналіз умов

ведення бізнесу та інвестування в Україну вказує на потребу оцінки обсягів, складу та структури іноземного інвестування з метою визначення ефективності методів державного регулювання інвестиційних процесів в Україні [2-3].

Базовими індикаторами розвитку іноземного капіталу в Україні є обсяг, структура та джерела залучення іноземних інвестицій. Частка іноземного капіталу в ВВП в Україні за 2016-2019 рр. мала тренд до скорочення з 43% в 2016 році до рівня 31% в 2019 році, що вказує на значне скорочення економічного впливу іноземного капіталу на динаміку соціально-економічного розвитку України.

Показниками інтенсивності залучення іноземного капіталу до економіки України є рівень іноземних інвестицій на душу населення та ВВП на душу населення з урахуванням курсових коливань. ВВП та приватні іноземні інвестиції на душу населення України за 2016-2019 рр. мали тренд до зростання, при цьому ВВП на душу населення зростало більш інтенсивно, що вказує на звуження інтенсивності залучення іноземного капіталу в Україну, оскільки протягом останніх 4 років спостерігалось певне скорочення чисельності населення України.

Динаміка іноземного капіталу в економіці України мала тенденцію до скорочення в 2016-2017 рр. та подальше незначне зростання в 2017-2019 рр., яке було зумовлено економічною стабілізацією в Україні та певним відновленням довіри іноземного інвестора до інвестиційного клімату в нашій державі.

В економіку України іноземний капітал надходив у формі акціонерного та боргового капіталу. Загалом інвестиції іноземних інвесторів в Україну мали приріст в обсязі 1,89 млрд. дол. США (на 4,72%) за період 2016-2019 рр. Акціонерний капітал іноземних інвесторів у формі приватних іноземних інвестицій за 2016-2019 рр. зріс на 0,78 млрд. дол. США (або на 2,4 %), а боргові інструменти зросли на 1,10 млрд. дол. США (або на 14 %).

Особливим індикатором припливу іноземного капіталу в економіку країни є обсяги портфельних інвестицій, які здебільшого носять оперативний або спекулятивний характер. Динаміка чистих портфельних інвестицій в економіку України за 2010-2019 рр. вказує на стабільний відтік портфельних інвестицій (чистий їх притік мав додатне значення лише у 2014 році в обсязі 2,7 млрд. дол. США) з піком у 2013 році в обсязі -8.8 млрд. дол. США.

Видова структура іноземного капіталу в Україні характеризується переважанням акціонерного капіталу, що обумовлено стратегічною орієнтацією іноземних інвесторів [1]. Серед інвестиційних партнерів України у географічній структурі джерел походження іноземних інвестицій домінують європейські країни, а саме – держави-члени ЄС. Разом з тим, у структурі іноземних інвестицій переважає залучення капіталу з країн з низькими податковими ставками (т. зв. податкових гаваней), що обумовлено в більшій мірі реінвестуванням капіталу в Україну національним бізнесом через податкові гавані з метою мінімізації податкових платежів.

Список літератури:

1. Державна служба статистики України // Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Дропа Я. Б. Підприємства з іноземними інвестиціями як форма залучення іноземного капіталу в Україну [Електронний ресурс] / Я.Б. Дропа, Н.Д. Петрів // Молодий вчений. - 2015. - № 8(2). - С. 48-53.
3. Духновська Л. М. Аналіз факторів ризику, які мають вплив на потоки іноземного капіталу до країн, що розвиваються [Електронний ресурс] / Л.М. Духновська, Л. В. Дзюбенко // Формування ринкових відносин в Україні. - 2015. - № 7. - С. 105-108.

Журавльов В. М. (магістрант)

УКРАЇНА НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

На сьогодні перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України визначаються тим, наскільки успішно вона адаптується до постійно мінливих умов міжнародних економічних відносин. У цьому контексті варто розглянути розвиток зовнішньоторговельних відносин України з її нинішніми іноземними партнерами, зокрема переорієнтацію експорту

України на спільний ринок ЄС із використанням можливостей, передбачених Угодою про асоціацію та вільною торгівлею зони з ЄС. Водночас це вимагає впровадження основних макроекономічних принципів та цілей державної політики, імплементації європейських стандартів та технічних норм, створення спільних «ланцюжків створення вартості» країнами ЄС, імпорту передових технологій виробництва тощо.

Прагнення України до повноцінної участі у політичному та економічному житті Європи зумовлене геополітичним розташуванням та історією нашої держави. Крім того, визначення Європейською комісією України держави, яка є пріоритетним партнером Європейського Союзу в рамках Європейської політики сусідства (ЄПС) та Східного партнерства, свідчить про те, що європейська інтеграція та членство в Європейському Союзі (ЄС) є найкращим засобом реалізації національних інтересів, зміцнення позицій України у світовій системі міжнародних відносин, для переходу від кооперації до економічної інтеграції та посилення політичної співпраці, побудови економічно розвиненої, демократичної держави.

Суттєве розуміння європейського вибору України передбачає відкриття нових перспектив для співпраці з розвиненими країнами континенту, створення потужних можливостей для економічного розвитку, зміцнення позицій України у світовій системі міжнародних відносин. Це найкращий спосіб реалізації своїх національних інтересів. Для України європейська інтеграція дозволяє модернізувати економіку, подолати технологічну відсталість, залучити іноземні інвестиції та нові технології, створити нові робочі місця, підвищити конкурентоспроможність вітчизняного товаровиробника, отримати доступ до світових ринків, насамперед, до ринку ЄС [1].

В умовах системної трансформації української економіки та значних змін у зовнішньоторговельній діяльності, наслідками яких є багатогалузевий вплив на стан вітчизняної економіки, яка глибоко інтегрована у глобальну систему міжнародного поділу праці як продавець і як покупець товарів і

послуг, для прийняття ефективних управлінських рішень і важливий аналіз тенденцій та змін у сфері зовнішньої торгівлі важливий для внесення державних коригувань в економічну політику держави.

ЄС є найбільшим торговим партнером України, на нього припадає понад 40% його торгівлі в 2019 році (рис.1).

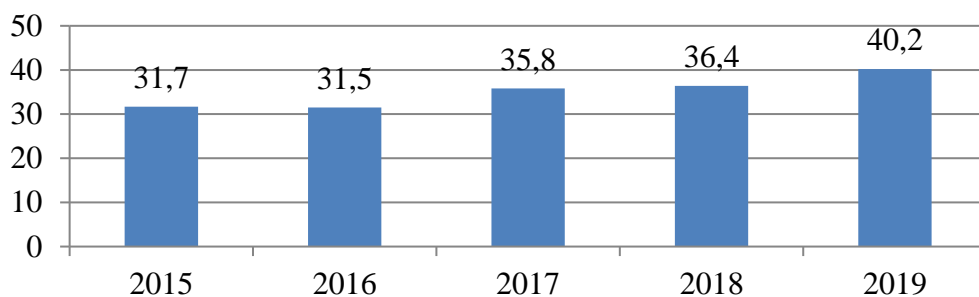


Рисунок 1 – Частка ЄС в експорті України в 2015-2019 рр.(%) [2;3]

Експорт України до ЄС у 2019 році склав 19,1 млрд. Євро. Основним експортом України є сировина (залізо, сталь, видобувна продукція, сільськогосподарська продукція), хімічна продукція та машини. Обсяги експорту до ЄС порівняно з 2016 роком збільшились на 48,5%. Понад 80% українського аграрного експорту до ЄС становило 6 товарних позицій: кукурудза (25,1%), соняшникова олія (23,6%), ріпак (12,7%), макуха та інші відходи олії (7,9%) , соя (5,5%), пшениця (3,9%), птиця (2,4%) та мед (1,8%). Кількість українських компаній, що експортують до ЄС збільшилась приблизно з 11 700 у 2015 році до понад 14 500 у 2019 році. Експорт ЄС в Україну склав понад 24,2 млрд євро у 2019 році. Основним експортом ЄС в Україну є машини та транспортне обладнання, хімікати та промислові товари. Експорт ЄС в Україну значно виріс з 2016 року (на 48,8%)[2].

Все свідчить про зростання обсягів торгівлі між ЄС та Україною. Для кращої інтеграції з ринком ЄС Україна гармонізує багато своїх норм та стандартів у галузі промислової та сільськогосподарської продукції. Україна також узгоджує своє законодавство з ЄС у сферах торгівлі, таких як:

конкуренція; технічні бар'єри в торгівлі; санітарні та фіто санітарні; сприяння митному режиму та торгівлі; захист прав інтелектуальної власності.

Основним завданням України шляху до європейської інтеграції є активне проведення реформ та модернізація всіх сфер економіки шляхом створення сприятливих умов для успішного ведення бізнесу та підприємництва відповідно до європейських стандартів, значного вдосконалення інституціональних структур державного регулювання, забезпечення їх ближче до принципів права ЄС. Важливо вибрати ефективну стратегію інтеграції, враховуючи досвід країн, які приєднались до ЄС та стали успішними. У зв'язку з цим основою вигідної торгівлі та сприятливого інвестиційного клімату в Україні, її євроінтеграційного розвитку є, перш за все, пошук принципово нових напрямків розвитку зовнішньоекономічної складової.

Список літератури:

1. UKRAINE IN THE COORDINATES OF THE EASTERN PARTNERSHIP 2017-2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Report_English.pdf
2. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm
3. Статистичні дані про обсяги зовнішньої торгівлі. Офіційний сайт Eurostats / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>

Залізницька М.О. (магістрант)

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ РИНКУ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ ЄС

Енергетика є однією з визначальних галузей кожної національної економіки, а безперервне та ефективне енергозабезпечення безпосередньо впливає на економічне зростання. Стійкий економічний ріст неможливий без створення системи енергетичної безпеки держави. Суть системи енергетичної безпеки держави складає комплекс заходів щодо мінімізації впливу загроз енергетичній безпеці: забезпечення стабільності у поставках енергетичних ресурсів, формування та підтримки раціональної політики ціноутворення на

них та мінімізація екологічного впливу енергетичних факторів. Основним і практично безальтернативним напрямом забезпечення енергетичної безпеки держави є диверсифікація.

Аналіз об'єктивних тенденцій у енергоспоживанні та його структури дозволить виокремити основні напрями енергетичної диверсифікації, як географічної, так і енергетичних ресурсів, технологій, споживачів та ін. Надійне, доступне, рентабельне та екологічно безпечне енергопостачання є головною передумовою зростання сучасної національної економіки. Енергетична політика тісно пов'язана з політикою у сфері промислового виробництва, технологій, розвитку малого та середнього бізнесу і зовнішньої торгівлі. Для політичної і економічної незалежності, а особливо враховуючи умови глобалізації, енергетична сфера є надзвичайно важливою.

Зусилля Європейського Союзу по досягненню вуглецево-нейтральної економіки надають унікальну і своєчасну можливість зміцнити європейську енергетичну безпеку. Президент Європейської комісії Урсула фон дер Ляйен нещодавно запропонувала «Європейський зелений курс» - нову стратегію зростання Європи, яка спрямована на перетворення Європейського Союзу (ЄС) в кліматично-нейтральну економіку до 2050 року. Ця мета ґрунтується на зобов'язаннях, узятих на себе ЄС відповідно до Паризької угоди скоротити викиди парникових газів як мінімум на 40 відсотків до 2030 року в порівнянні з 1990 роком.

Майбутнє фінансування - ключ до стратегічної диверсифікації маршрутів в Європі. Відмова Європи від фінансування проектів по викопному паливу вплине на підтримку стратегічної газової інфраструктури і може поставити під загрозу цінність енергії з більш низьким рівнем викидів вуглецю.

Розширена вуглецева політика ЄС може змінити динаміку енергетичного ринку. Нова Європейська комісія планує розширити систему торгівлі квотами на викиди ЄС (ETS) і ввести механізм регулювання

вуглецевих кордонів, що може вплинути на вартість природного газу в Європі.

Альтернативні газові маршрути зміцнюють енергетичну безпеку ЄС. Природний газ буде відігравати важливу роль в європейській енергетичній диверсифікації і зусиллях по переходу. У міру скорочення вітчизняного виробництва все більшого значення набуває диверсифікація маршрутів імпорту.

Глибока декарбонізація повинна йти в ногу зі збереженням ринкової конкурентоспроможності та надійності енергопостачання. Чиста енергія, природний газ і передові енергетичні технології підвищують енергетичну безпеку країн, сприяючи декарбонізації, але тільки якщо будуть вирішені фінансові, технічні, соціальні та геополітичні питання.

Список літератури:

1. В.М.Олексюк Енергетична диверсифікація як фактор економічного зростання - [Електронний ресурс]- Режим доступу: https://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_19/VASUL_M_OLEKSYUKEnergetic_Diversification_as_Factor_of_Economic_Growth.pdf
2. European energy diversification: How alternative sources, routes, and clean technologies can bolster energy security and decarbonization - [Електронний ресурс]- Режим доступу: <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/issue-brief/european-energy-diversification-how-alternative-sources-and-routes-can-bolster-energy-security-and-decarbonization/>

Запашна В.В. (магістрант)

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ПРОГРЕСИВНИЙ РОЗВИТОК МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

Медичний туризм – це відносно новий прогресивно зростаючий ринок туристичних та медичних послуг. За останнє десятиріччя керівництво держав-лідерів все частіше звертає свою увагу на роль медичного туризму в соціально-економічному розвитку регіонів.

Важливе значення медичного туризму на світовому ринку підтверджується і числовими даними — близько 2 % світового ВВП наразі виробляється на ринку медично-туристичних послуг, в 2017 році ринок оцінювався приблизно в 15,5 млрд. доларів США, і до кінця 2024 року, як

очікується, він отримає дохід у розмірі близько 28,0 млрд. доларів, це підтверджує і той факт, що його розвиток є одним із наслідків глобалізованих соціально-економічних процесів у світі[3].

Ціна, доступність та якість послуг – це те, що зумовлює пацієнта - споживача медично-туристичних послуг, шукати варіант кращого медичного обслуговування за кордоном, або в іншому регіоні своєї держави. Крім того, з кожним роком, рівень розвитку медичної галузі не стоїть на місці. Інновації в лікуванні, новітні види обладнання та технології, професійність та досвідченість спеціалістів - підвищують конкурентність країн на ринку медичного туризму в світі і підсилюють попит у пацієнтів на медичні послуги за кордоном.

Підвищена увага до стану здоров'я є наслідком глобалізованої споживчої культури. Як показує статистика, з кожним роком зростає відсоток людей у всьому світі, що відмічають здоров'я як проблему, яка хвилює найбільше (після фінансових труднощів), 48 % українців, 76 % жителів Уганди, 47 % турків, 35 % шведів тощо. Це стало одним із факторів розвитку медичного туризму в світі [4].

Підвищена увага до свого здоров'я починає збільшувати попит на медичні послуги, і, в залежності від рівня економічного розвитку країни, стимулювати розвиток системи охорони здоров'я і інвестування в медичну галузь країни. Але якщо у власній країні пацієнта рівень якості наданих медичних послуг не задовольняє, він починає шукати їх за кордоном. Конкурентність – фактор впливу, що стирає відмінності у рівнях розвитку національних систем охорони здоров'я.

За даними Euro Health Consumer Index 2018 (рис. 1), чим вища частка стаціонарного догляду, тим застаріліша структура надання медичної допомоги в країні. Якщо нідерландці та швейцарці віддають перевагу тривалій госпіталізацій, то вони можуть собі це дозволити, у той час як Болгарія, Румунія та Албанія не можуть. Для цього з боку держави необхідні додаткові інвестиційні вкладення для реструктуризації своїх медичних послуг [5].



Рис. 1 Витрати на стаціонарне лікування як% від загальних витрат на медичне обслуговування за 2018 рік, %

Політика розвинутих країн у сфері охорони здоров'я, підтримка галузі, зміни до законодавства, прийняті закони в регулюванні медичного туризму та розвитку медичної галузі, дозволяє стимулювати рівень розвитку медицини в країні, що в свою чергу привертає увагу медичних туристів отримувати послуги з лікування за кордоном. Крім того, у квітні 2009 року Європарламент узаконив вільний вибір країни для лікування, незалежно від місця проживання, з правом на компенсацію витрат.

Серед інших факторів впливу на розвиток медичного туризму є цінова політика медичних послуг. Здебільшого пацієнт має намір зекономити на медичній послугі, не знизивши при цьому її якість. Отримати аналогічні медичні послуги, але за дешевшим прайсом. Це і є одним із головних спонукаючих фактором для пацієнта шукати медичні послуги за кордоном.

Досвід також стає одним із факторів розвитку медичного туризму. Інноваційне обладнання не зможе стати шансом на успішне лікування, якщо профільний спеціаліст не буде мати багаторічного досвіду в його застосуванні та проведенні не одноразової успішної лікувальної практики своїх пацієнтів. Топові спеціалісти, те, що спонукає медичного туриста шукати їх в інших країнах.

За останнє десятиріччя розвиток медичного туризму тільки набирає обертів. Щорічне зростання доходу від медично-туристичних потоків в світі і в кожній окремій країні підтверджує даний факт, тому главам держав необхідно звернути прицільну увагу на підтримку та розвиток медичного туризму через економічні та соціальні та законотворчі інструменти, аби не втратити можливість вливання додаткових коштів в економіку держави та не залишити свій потенціал без уваги на світовому ринку медичних послуг.

Список літератури:

1. Мальська М. П. Медичний туризм: теорія та практика / О. Ю Бордун, М. П. Мальська. — К. Центр учбової літератури, 2018 — 127 с.
2. В. В. Баєв. Економічні передумови розвитку медичного туризму в Україні / Баєв В. В. //Наукові праці МАУП, 2014. — вип. 43(4), — 163–167 с.
3. Zion Market Research [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://www.globenewswire.com/newsrelease/2019/07/15/1882589/0/en/Global-Share-of-Medical-Tourism-Market-Size-to-Reach-USD-28-0-Billion-by-2024.html>
4. A Global Look at Public Perceptions of Health Problems, Priorities, and Donors: TheKaiser/Pew Global Health Survey [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://www.kff.org/wp-content/uploads/2013/01/7716.pdf>
5. Euro Health Consumer Index 2018[Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <https://healthpowerhouse.com/media/EHCI-2018/EHCI-2018-report.pdf>

Кучинська М.Л. (магістрант)

СТАЛИЙ РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Ринок харчових продуктів є однією з важливих умовою сталого розвитку країни, її національної безпеки, особливо в умовах світової кризи та економічної турбулентності. Тому розвиток харчової промисловості є важливим завданням для економічного зростання країни. Важливими факторами підтримки продовольчої безпеки є доступність, економічна доступність та екологічна безпека продуктів харчування.

Оскільки країни усього світу працюють над досягненням цілей сталого розвитку, багато представників визнають ключову роль продовольчих систем. Адже вони мають вирішальне значення не лише для забезпечення продовольчої безпеки та покращення якості продуктів харчування, але й для

досягнення соціальних, економічних та екологічних цілей. Продовольчі системи повинні стати більш стійкими, так як на них припадає близько 70% видобутку прісної води у світі та 19-20% викидів парникових газів.

Наразі існує проблема якості безпечності продуктів харчування. Її вирішення має комплексний характер, яке потребує врахування галузевих особливостей формування якості на всіх етапах виробництва продукції, її переробки, зберігання, транспортування та реалізації готової продукції.

З метою підвищення якості та безпечності продуктів харчування необхідне подальше вдосконалення нормативно-правової бази, яка регулює питання параметрів якості та безпечності продуктів харчування, продовження гармонізації міжнародних стандартів, особливо на методі контролю показників якості і безпеки продукції; врахування показників якості та безпечності харчових продуктів при обґрунтуванні системи індикаторів продовольчої безпеки. Важливою умовою гарантування продовольчої безпеки є активізація впровадження систем управління якістю і безпечністю продукції та їх сертифікація на підприємствах харчової промисловості [1].

Збільшення виробництва та доступу до їжі є вирішальним для досягнення значного покращення харчування. Слід виробляти більше продуктів, багатих усіма необхідними мікроелементами, доступних у достатній кількості та доступних людям цілий рік. Це вимагає співпраці людей, які працюють у сільському господарстві, рибному господарстві, лісовому господарстві, дрібному тваринництві, промисловості, маркетингу, комунікаціях, участі жінок, домашньому господарстві та харчуванні. Широке застосування перевірених технологій та підходів у цих галузях, а також розробка нових концепцій сприятимуть вирішенню проблем харчування.

Посилена переробка продуктів харчування шляхом створення та зміцнення агропромисловості може сприяти цілорічній доступності та різноманітності продуктів, багатих мікроелементами, на міжнародному ринку. Агропереробні галузі не тільки вирівнюють сезонні коливання цін, але

також створять робочі місця та доходи від таких видів діяльності, як переробка, зберігання, дистрибуція та маркетинг.

Стратегії харчової та дієтичної диверсифікації включають цілий ряд заходів, заснованих на продуктах харчування, які можуть максимізувати доступність достатньої кількості та більшої різноманітності поживних продуктів. Такі заходи включають просування змішаних культур та інтегрованих систем землеробства; введення нових культур; просування рибних та лісових продуктів для споживання в домашніх умовах; просування експлуатованих традиційних продуктів харчування; сприяння покращенню збереження і зберігання фруктів та овочів з метою скорочення відходів, післяживних втрат і впливу сезонності; та розвиток освіти у галузі харчування з метою заохочення споживання здорової та поживної їжі цілий рік[2].

Глобальна система торгівлі продуктами харчування може зробити кілька важливих внесків в екологічну та продовольчу безпеку. Це виправдовує всі можливі зусилля щодо підтримання та зміцнення глобальних систем управління, які сприяють багатосторонній торгівельній системі, що обслуговує всі країни та заохочує більш життєздатний і процвітаючий світ.

Список літератури:

1. Кирилюк Ю.В. Проблеми імплементації економічної частини Угоди про асоціацію України з ЄС / Ю.В. Кирилюк // Міжнародна науково-практична конференція «Фінансово-економічна стратегія розвитку в умовах євроінтеграційних процесів: аспекти сталості та безпеки» (5–6 листопада 2014 р.) : зб. мат. – Чернігів : ЧНТУ, 2014. – Ч. 2. – С. 53–55.
2. Promotion of food and dietary diversification strategies to enhance and sustain household food security[Електронний ресурс]. - Електронні дані – Режим доступу: <http://www.fao.org/3/w0078e/w0078e06.htm>, вільний.

Пчолкіна О.Ю. (магістрант)

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТА ЄС

Економічна криза та падіння економічного розвитку як експорту так і імпорту потребує забезпечення позитивного сальдо торгівельного балансу. Угода про Асоціацію, включаючи Поглиблену і всеохоплюючу зону вільної

торгівлі (DCFTA) між ЄС та Україною, було укладено між 2007 і 2011 роками і підписана 21 березня і 27 червня 2014 року. Угода про асоціацію є основним інструментом зближення України і ЄС, адже вона сприяє поглибленню політичних зв'язків, зміцненню економічних зв'язків і поваги спільних цінностей. Найпомітнішими результатами імплементації Угоди про Асоціацію між ЄС і Україною стали зміни в торгівлі України і ЄС.

На відміну від країн ЄС, Центральної та Східної Європи, в Україні відсутня розвинена система стимулювання експорту, фінансування експортних поставок, страхування та гарантування міжнародних ризиків. Це не може не позначитися на обсягах експорту з України. До того ж структура експорту в основному складається з готових промислових виробів і напівфабрикатів.

ЄС є найбільшим торговим партнером України, на який в 2019 році припадало понад 40% її торгівлі. Україна займає 18 місце серед країн ЄС та на неї припадає близько 1,1% від загального обсягу торгівлі ЄС. Загальний товарообіг між ЄС і Україною в 2019 році досяг 43,3 млрд євро. Експорт України в ЄС в 2019 році склав 19,1 млрд євро. Основними експортними товарами України є сировина (чавун, сталь, продукція гірничодобувної промисловості, сільськогосподарська продукція), хімічна продукція та обладнання[1; 2].

Експорт ЄС в Україні в 2019 році склав більше 24,2 млрд євро. Основні статті експорту ЄС в Україні включають транспортне обладнання, хімікати і промислові товари. Кількість українських компаній, що експортують товари в ЄС, збільшилася вражаючими темпами з приблизно 11700 в 2015 році до понад 14 500 в 2019 році[1; 2].

За період 2015-2019 рр. в товарній і географічній структурі експорту та імпорту істотних змін не відбулося. У структурі експорту переважали недорогочінні метали та вироби з них; продукти рослинного походження; мінеральні продукти; машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання. У структурі імпорту товарів переважали мінеральні продукти;

машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання; продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості; недорогоцінні метали та вироби з них.

Світова торгівля товарами та послугами, як і раніше відіграє провідну роль у системі міжнародних економічних відносин. Обсяги світових товаропотоків знаходяться в прямій залежності від геополітичних, соціальних, економічних факторів.

В Україні характерною є ситуація, коли спостерігається значне переважання імпорту над експортом. Змінивши вектор зовнішньоторговельних відносин, Україна значно поглибила співпрацю з країнами Європейського Союзу та Європи у цілому, що дало можливість переорієнтувати торгівлю з уже звичного ринку СНД та Росії та перейняти європейський досвід з актуальних питань у сфері аграрного сектору. Проте український експорт усе ще залишається досить вузько спрямованим. Отже, існує низка проблем в налагодженні торгово-економічних відносин ЄС з Україною, таких як: хронічна недостатність торгівлі; відсутність розширення в товарній структурі; та відсутність в перспективі нарощування експортного потенціалу та проблеми імпорту.

Список літератури:

1. Статистичні дані про обсяги зовнішньої торгівлі. Офіційний сайт Eurostats / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>

2. Товарна структура зовнішньої торгівлі з країнами ЄС у 2019 році. Державна служба статистики України, 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Вороновський О. В. (магістрант)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ АВТОМОБІЛІВ

Сучасний ринок автомобілів – один з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства. Ринок автомобілів, насамперед, являє собою систему складних економічних стосунків між усіма його суб'єктами з питань реалізації готових легкових автомобілів. Варто зазначити, що за останнє

століття в автомобільній промисловості зріс рівень монополізації. Тобто провідне становище на ринку займає декілька великих автовиробників і дилерів машин.

Транспортна промисловість є однією з основних галузей економіки майже кожної держави світу. Її функції проявляються не лише в задоволенні потреб населення в перевезеннях, а й в захисті економічних інтересів країн та покращенні якості життя їх населення. Крім того, ефективне функціонування ринку автомобілів є важливим фактором для забезпечення високого рівня обороноздатності держав та державних об'єднань.

Основним товаром на ринку легкових авто є готовий легковий автомобіль. Він має ряд важливих функцій, завдяки яким автопромисловість характеризується високим рівнем попиту, який породжує пропозицію, і все це в результаті призводить до ефективного функціонування ринку:

- соціальна;
- стимулююча;
- інтеграційна;
- структуроутворююча;
- дистрибутивна [1, с. 201].

Автопромисловість є одним з найважливіших сегментів світової економічної системи та економік більшості держав зокрема. Більш того, її частка у валовому внутрішньому продукті розвинутих країн становить в середньому понад 13 %.

Розвиток ринку легкових автомобілів у світі проводиться державною політикою країни. Адже в результаті ефективності її здійснення держава щороку забезпечується збільшенням темпів економічного зростання та рівнем зайнятості населення.

Роль автомобільної промисловості в світовій економічній системі досить велика. Доказом цього є той факт, що ефективне функціонування майже кожної галузі господарства не обходиться без застосування автомашин. Особливістю автомобільної промисловості є те, що вона є однією з основ

науково-технічного прогресу. Адже завдяки прогресивного розвитку в самій галузі відбувається забезпечення решти сегментів світового господарства найбільш сучасними методами перевезень. Як наслідок – підвищується рівень загально продуктивності праці, що призводить до інтенсифікації виробництва, що у свою чергу позитивно впливає на стан економічної системи світу та платіжний баланс країни- автовиробника.

Щодо легкових авто як частини великого світового автомобільного ринку, рівень їхньої важливості є досить значним. Легкове авто – це транспортний засіб, основною функцією якого є пасажирські перевезення із забезпеченням максимального комфорту та безпеки. Загалом наявність автомобіля є показником рівня життя населення. Вже декілька десятиліть даний аналіз проводиться з урахуванням такого важливого фактору як кількість авто на 1000 населення.

Щодо ринку легкових автомобілів України, то він сьогодні переживає не найкращі часи. Переважна більшість авто експортується з-за кордону, і цей факт негативно впливає на платіжний баланс нашої держави. В той самий час в Україні останнім часом розвивається вторинний ринок машин, що наближає його структуру до стандартів західних ринків, де перепродаж бувших у використанні машин є досить поширеним. Свідченням цього є те, що станом на сьогодні лише 40 % продажів легкових авто забезпечуються на первинному автомобільному ринку.

Розвиток у світі та Україні зокрема вторинного авто ринку дає змогу національним дилерам розширити сервісний сегмент своєї діяльності та підвищити якісні характеристики автомобілів, продовжуючи їх життєвий цикл та мінімізуючи навантаження на навколишнє середовище.

Список літератури:

1. Савич О.П. Маркетинг автозапчастин / О.П. Савич // Науковий вісник. – 2013. – № 45. – С. 201.
2. Мовчаренко В.В. Аналіз ринку легкових автомобілів / В.В. Мовчаренко, В.В. Гливенко // Науковий вісник – 2012 – № 3 – С. 176-179. – (Серія «Економіка»).

3. Державна служба статистики [електронний ресурс]. Режим доступу до статті: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Інформаційно-аналітична група Auto Consulting [електронний ресурс]. Режим доступу до статті: <http://www.autoconsulting.com.ua/search.php>.

Савченко Ю.В. (магістрант)

ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТНК

Посилення процесів глобалізації і зростання конкуренції між компаніями є трендом останніх років не тільки в світовій, а й у вітчизняній економіці. Боротьба за конкурентні переваги, інтеграція компаній різних сегментів економіки, створення міжнародних корпорацій відбивається в процесах злиття і поглинання компаній. Слід зазначити, що останнім часом угоди по злиттю і поглинанню стали однією з найбільш використовуваних стратегій організаційної реструктуризації великих учасників ринку, спрямованої на підвищення інвестиційної привабливості та зростання вартості компаній.

Професор економічних наук П.А. Гохан виділяє три форми реорганізації компаній: злиття, поглинання і консолідація. Злиття він визначає як комбінацію з двох компаній, при якій одна припиняє своє існування, а інша продовжує функціонувати. Консолідацією, на думку П.А. Гохана, є процес, в результаті якого з двох або більшої кількості компаній утворюється абсолютно нова компанія. Термін «поглинання» він трактує як різновид форм злиття, але процес в даному випадку виражається у вигляді ворожого захоплення [1, с. 234]. Тобто, основним, згідно П.А. Гохану, є процес злиття, а процес поглинання лише конкретизує, чи є вказане злиття дружнім або ворожим.

Географічні, демографічні та технологічні трансформації радикально змінюють правила ведення бізнесу. Новою реальністю є нестабільність щодо вартості товарів, смаків споживачів, рівня конкуренції і відносин акціонерів.

Ринок змінюється з безпрецедентним масштабом і швидкістю. У цих вкрай нестабільних умовах радикально змінюється погляд на способи досягнення конкурентної переваги, стратегія органічного зростання стає все менш привабливою.

Як зазначає Н.Ю. Коніна, конкурентоспроможність - більш широка категорія, ніж ефективність або продуктивність. Конкурентоспроможність ТНК - це поняття, яке відображає здатність фірми по завоюванню ринкових позицій, їх утриманню, зміцненню та розширенню в порівнянні з конкурентами [2, с. 9].

Злиття і поглинання дозволяють ТНК істотно збільшити частку ринку і свою ринкову владу і добиватися трансформації світових ринків в олігополістичні, що дозволяє ТНК динамічно зростати і забезпечувати досягнення фінансових показників вище середніх по галузі. Одна з основних причин, через які компанії планують здійснення угод з придбання полягає в досягненні позитивного ефекту синергії, який може бути досягнутий за рахунок ефекту масштабу, раціоналізації активів, скорочення персоналу і прийняття кращих практик, процедур та можливостей двох компаній.

Досягнення більшої ринкової влади є основною причиною придбань. Ринкова влада існує, коли фірма може продавати свої товари або послуги вище конкурентного рівня або коли витрати на її основну або допоміжну діяльність нижче, ніж витрати її конкурентів. Ринкова влада зазвичай визначається розміром фірми, її ресурсами та можливостями конкурувати на ринку; на неї також впливає частка фірми на ринку. Таким чином, більшість придбань, націлених на збільшення ринкової влади, призводить до купівлі конкурента, постачальника, дистриб'ютора або бізнесу, щоб мати можливість використовувати основну компетенцію і отримати конкурентну перевагу на основному ринку.

ТНК широко використовують процеси злиття і поглинання існуючих перспективних фірм для реалізації корпоративної стратегії зростання і підвищення своєї конкурентоспроможності. Серед факторів, що впливають

на конкурентоспроможність компанії, відповідно до ресурсної концепції фірми, можна виділити наявність матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, а також інноваційні та адаптивні здібності фірми, ефективність менеджменту, розроблену і реалізовану стратегію фірми.

Основні мотиви ТНК, які використовують процеси злиття та поглинання наступні: досягнення ефекту масштабу, нові технології, залучення талантів, перехресні продажі, поліпшення умов закупівель, диверсифікація, економія накладних витрат.

Для прикладу можемо привести американські ТНК, які в рамках своєї конкурентної боротьби здійснюють поглинання різних типів, як домінуючі горизонтальні, так і вертикальні, і конгломератні. За 2017 рік найбільша угода полягала в тому, що BritishAmericanTobacco погодився придбати 57,8% свого американського конкурента ReynoldsAmerican на суму 60,7 \$ млрд. Так само через місяць британський споживчий гігант ReckittBenckiser, оголосив про угоду на суму 17, 8 \$ млрд. з виробником дитячих товарів MeadJohnson. Ці дві угоди забезпечили значну частину транзакцій за 2017 рік і слугують вдалими прикладами [3].

Завдяки придбанням ТНК збільшують охоплення цільової аудиторії, розширюють і уточнюють асортимент пропонованих товарів, отримують доступ до новітніх технологій, найбільш перспективних зростаючих сегментів ринку і цінних нематеріальних активів, а також до дистриб'юторської мережі і мережі постачальників.

Список літератури:

1. Гохан Патрик А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний: пер. с англ. / Патрик Гохан М.: АльпинаБизнес Букс, 2007. - 741 с.
2. Кони́на Н.Ю. Конку́рентоспосо́бность транснациональных корпораций в условиях глобализации. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Московский государственный институт Международных отношений. Москва, 2009. - 325 с.
3. US inbound M&A value surges by 21% in 2017 // URL: <http://mergers.whitecase.com/highlights/us-inbound-ma-value-surges-by-21-in-q1-2017>

КОН'ЮНКТУРО-УТВОРЮЮЧІ ФАКТОРИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СВІТОВИЙ РИНОК ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Ринок харчових продуктів пов'язаний з усіма відтворювальними стадіями в продовольчому господарстві, які виконують свої певні функції: виробництво формує пропозицію, а споживання – попит, розподіл і обмін пов'язують споживання з виробництвом. У товарному виробництві ринок встановлює економічні зв'язки між виробниками, задовольняючи їх особисті та виробничі потреби. У розвинених країнах ринок харчових продуктів є відносно великою чисельністю фірм з високою товарною диференціацією. При цьому чітко виділяється група фірм, що займає домінуюче становище. Поряд з ціновою конкуренцією на ринку харчових продуктів велике значення має нецінова конкуренція, яку характеризують інтенсивна реклама, товарна диференціація, а також поліпшені якість товарів і послуг.

В основі трансформації світового ринку харчових продуктів лежить нестабільність світового ринку продуктів харчування, викликана низкою чинників. Серед цих чинників особливе значення мають наступні[1]:

- циклічні продовольчі кризи;
- нерівномірність розподілу ресурсів;
- зростання світових цін;
- природні аномалії;
- обмеження на експорт / імпорт, тощо.

Сумарний вплив всіх названих чинників призводить до глибинної трансформації світового ринку харчових продуктів, яка пов'язана як з виробництвом продуктів харчування, так і з їх споживанням. Розширюється диверсифікація продуктів харчування, споживаних населенням багатьох країн, змінюються смаки споживачів. Так, на зміну традиційним зерновим і бобовим прийшла більш калорійна (і дорожча) білкова їжа, тобто м'ясні і молочні продукти, а також яйця. Згідно зі статистикою ФАО, з 1960 року споживання молока на душу населення в країнах, що розвиваються

збільшилася в два рази, м'яса – в три рази, а яєць – в п'ять разів. Відповідно, світовий попит на дані види товарів за останні п'ятдесят років істотно зріс. Більш того, до середини нинішнього століття зростання попиту на білкову їжу не тільки не припиниться, а й істотно прискориться у зв'язку з триваючим підвищенням чисельності населення Землі, збільшенням доходу на одиницю населення і безперервної урбанізації[3].

Сучасний світовий ринок харчових продуктів під впливом кон'юнктуро-утворюючих факторів відчуває радикальну трансформацію, що підтверджується наступними обставинами[2;4]:

- у останні три десятиліття істотно змінилися методи і структура виробництва харчових продуктів, географія міжнародної торгівлі, розстановка основних сил на ринку (і зазначені тенденції продовжать набирати силу);

- через зміну першої обставини більшості суб'єктів світового господарства (і експортерам, і імпортерам) необхідне реформування національної продовольчої політики і включення «нових механізмів в підтримку власної продовольчої безпеки»;

- трансформація світового ринку підтверджується вестернізацією споживання, зростанням в світовій торгівлі питомої ваги харчових продуктів з високою доданою вартістю;

- збільшення питомої ваги м'ясних продуктів в споживанні багато в чому обумовлює трансформацію світового ринку харчових продуктів; цей феномен не мав більш ранніх прецедентів і проявляється в зрушеннях виробництва м'яса в країни, що розвиваються з розвинених, і дана тенденція продовжить мати місце в середньостроковій перспективі;

- в міжнародній торгівлі зростає частка овочів і фруктів, що обумовлено вдосконаленням технологій перевезення і зберігання продуктів, перебудовою раціонів населення розвинених країн, зростанням чисельності платоспроможного населення в світі;

– істотно змінилися товаропотоки в міжнародній торгівлі продуктами харчування, що було пов'язано зі зміщенням попиту на ряд видів аграрної продукції (продукція помірною кліматичного поясу, яку традиційно експортують розвинені країни, стала користуватися підвищеним попитом в азіатських країнах, що призвело до витіснення продукції тропічного землеробства з ринку (виключаючи «колоніальні товари», що продовжують користуватися популярністю в розвинених країнах));

– виробництво продукції тваринництва з високою доданою вартістю поступово має тенденцію до зміщення з розвинених країн в країни, що розвиваються, і протягом наступного десятиліття ця тенденція продовжиться темпами зростання обсягів експорту м'яса птиці, яловичини, масла вершкового, сухого молока і сиру країни, що розвиваються обженуть розвинені і займуть більшу частину світового ринку;

– на світовому ринку харчових продуктів відбуваються зрушення з боку попиту, проте, серйозних змін в його еластичності за доходом не спостерігається;

– вдосконалення інфраструктури і транспортних засобів призвело до скорочення витрат транспортування, за рахунок чого структура міжнародної торгівлі зазнала додаткову трансформацію.

Таким чином, світовий ринок харчових продуктів – це цілісна динамічна система раціонального формування і розподілу продовольчих ресурсів первинної і вторинної переробки, що забезпечує автоматичне узгодження інтересів світових виробників і споживачів у встановленні обсягів і структури виробництва, а також досягнення і підтримання необхідних якості та ціни продукції.

Список літератури:

1. Білорус О.Г. Глобальна продовольча безпека : монографія / О.Г. Білорус, М.В. Зубець, П.Т. Саблук, В.І. Власов. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2009. – 486 с.

2. Міжнародна торгівля харчовою продукцією : [навч. посіб. для студ. екон. напрямів підготов., які навч. за фаховими прогр. та спрямуваннями] / Г.М. Калетнік [та ін.]. – Вінниця, 2013. – 220 с.

3. Оболенцева Л.В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л.В. Оболенцева. - Х.: ХНАМГ, 2017. - 249 с.

4. Осташко Т.О. Ринкова трансформація ринку продуктів харчування / Т.О. Осташко – К.: Фенікс, 2018. – 280 с.

Чараха Монтаньо Е. Д.(магістрант)

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства. Вона розглядається і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків.

Коли Україна отримала незалежність туристичний ринок нашої держави тільки починав розвиватися. Сьогодні – це одна з найперспективніших сфер соціального та економічного розвитку країни. Якщо розглядати Україну, можна сказати, що робота туристичного ринку впливає на діяльність майже 40 економічних галузей країни та на 10-15 % жителів нашої країни. Таким чином, туризм є дійовим об'єднанням, на яке можна розраховувати при вирішенні проблем виходу з економічної кризи.

Головне те, що туризм – це така сфера діяльності, де після залучення нових методик не скорочується кількість працюючих. Як бачимо, Україна має досить великий потенціал для розвитку туризму, однак існує багато проблем, які стримують розвиток туристичного бізнесу в Україні. Однією з таких проблем є туристична інфраструктура. На сьогодні в країні переважну кількість закладів для розміщення туристів складають великі комплекси, які збудовані ще у часи СРСР. Таких закладів налічується понад 4,5 тис. які можуть прийняти та розмістити понад 620 тис. відпочиваючих. Але

головною проблемою є низький рівень комфорту та невідповідність сучасним стандартам якості. Таким чином, значна частина об'єктів туристичної інфраструктури потребує кардинальних змін, які будуть відповідати міжнародним стандартам. Також, оновлення та реконструкції потребують пам'ятки культури та архітектури[2], [3].

Наступною проблемою є низький рівень обслуговування туристів та майже відсутність кваліфікованих кадрів в даній сфері. В Україні діє ряд учбових закладів, які навчають спеціалістів у сфері туризму, але ці спеціальності здебільшого є новими, тому немає достатнього освітнього та практичного досвіду, як наслідок, часто персонал не відповідає кваліфікаційним потребам світових стандартів. Незважаючи на зусилля влади нашої країни в області розвитку туристичної сфери все ж існує проблема недосконалості законодавчої бази та правового регулювання, що проявляється у складності проходження митного контролю, невирішеності проблем страхового захисту іноземців на території України. Так, досвід показує, що у разі виникнення шкоди, заподіяної здоров'ю туриста-іноземця, він з великою долею вірогідності не зможе отримати медичну допомогу та компенсацію збитків, так як переважна кількість договорів страхування не передбачає тих ризиків, з якими турист-іноземець може зіткнутися під час відпочинку. Складна політична ситуація, воєнні дії на території східних регіонів держави, а також високий рівень злочинності, особливо в туристичних регіонах країни також мають негативний вплив на туристичну привабливість України. Страх за своє життя та здоров'я відштовхує іноземців від відвідування держав з нерегульованими озброєними конфліктами. Середньостатистичні європейські громадяни, які

досить мало знайомі з суспільно-політичною ситуацією в Україні, сприймають нашу країну, як нову «гарячу точку» на карті світу [3]. Розглядаючи незадовільний стан екології, як стримуючого фактору в розвитку туризму в нашій країні, все ж можна вважати цю проблему двосторонньою. З одного боку туристів відштовхує несприятлива екологічна

ситуація в нашій країні. Спричинено це аварією на Чорнобильській АЕС у 1986 році. Але з другого боку є категорія туристів які бажають відвідати «Зону відчуження». Розроблені спеціальні програми для відвідування даної території. Туристичні фірми пропонують авіа тури, індивідуальні програми відвідування Зони [1], [2].

Враховуючи стан туристичної галузі України, виділено основні проблеми розвитку туристичного ринку нашої держави. На основі цього можна зробити висновок, що туристична галузь відіграє важливе економічне і соціальне значення для нашої держави. Також існує багато проблем, які потребують вирішення: удосконалення законодавства, оновлення інфраструктури, підвищення кваліфікаційного рівня існуючого персоналу та навчання нових кадрів, вирішення транспортної проблеми та подолання політичної кризи, що дозволить туристичному ринкові України перейти на нову, вищу ступінь.

Список літератури:

1. Марина Мартыненко. Туристический бизнес в Украине – проблемы и перспективы [Електронний ресурс]. – URL: <https://arena.ua/2017/07/05/turisticheskij-biznes-v-ukraineproblemy-i-perspektivy/>.
2. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні [Електронний ресурс]. – URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No6/9.pdf>.
3. Туристический бизнес в Украине: трудности и перспективы. Информационный портал о финансах и кредитовании [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.dpa.cv.ua/ekonomika/turisticheskij-biznes-v-ukraine-trudnosti-i-perspektivy.html>.

Ємець В.П. (магістрант)

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА НАПРЯМКИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Аналіз сучасної світової економіки і інтеграційних процесів, які відбуваються в ній свідчить, що розвиток окремих держав і регіональних об'єднань в значній мірі визначається збільшенням взаємних прямих

інвестицій. Іноземне інвестування в разі ефективного використання капіталу дозволяє країнам, які відчувають нестачу капіталу, вийти на новий рівень розвитку виробничих сил.

Актуальність дослідження обумовлена високою значимістю і об'єктивною необхідністю виявлення проблемних аспектів зростання прямих іноземних інвестицій для формування необхідних рекомендацій, спрямованих на розвиток економічної взаємодії України з країнами Європейського Союзу.

Прямі іноземні інвестиції сприяють забезпеченню зайнятості населення, зростанню його доходів, впровадження прогресивних технологій і нау-хау, отримання корисного досвіду зарубіжного менеджменту, доступу до реалізації проектів.

Проте, в Україні на сьогодні наявні ряд проблемних аспектів, які бар'єри для інвестування в економіку. Так, до них доцільно віднести:

1. політична і економічна криза в Україні, а також поширення в Україні та в світі COVID-19 в позначилася на планах з приводу безлічі проектів, частина з яких закрилася, а інша була «заморожена»;

2. нестійкість законодавчої бази;

3. неефективна та непрозора система оподаткування;

4. наявність високих адміністративних бар'єрів, зокрема, проблема корупції;

5. зменшення чисельності кваліфікованих кадрів. Серед інвесторів існує думка, що кваліфіковані фахівці залишають Україну заради кар'єри в країнах ЄС, а також інших розвинених країнах світу де можуть реалізуватися та отримати гідну оплату своєї праці.

На рівні регіонів, основними проблемними аспектами є погіршення інвестиційного клімату та зниження інвестиційної привабливості й іміджу регіонів, зокрема на світовому рівні. Також проблемними аспектами здійснення інвестиційної діяльності країн ЄС з регіонами в Україні є[1-2]:

- зниження обсягів залучених іноземних інвестицій;

– збільшення концентрації обсягу інвестиційних ресурсів в одних і тих самих регіонах та галузях господарської діяльності;

– низька ефективність інструментів залучення та стимулювання інвестиційної діяльності.

В цілому ж головними напрямками, які в перспективі можуть сприяти рішенню визначених проблем та зростанню обсягів залучення європейських інвестицій повинні бути:

1) необхідність приведення стратегії залучення іноземних інвестицій відповідно до потреб регіонів;

2) доцільність проведення диференціації бренду кожної області від інших регіонів залежно від визначених сфер інвестування;

3) створення умов із забезпечення європейських інвесторів системною підтримкою, наприклад у питаннях реєстрації бізнесу, залученні персоналу тощо.

На макроекономічному рівні першочерговими завданнями, що мають бути реалізовані є наступні[2-3]:

– створення необхідних умов з метою подальшої імплементації та лібералізації положень нормативно-правової бази щодо вільного переміщення ПІІ відповідно до норм ЄС;

– інтенсифікація промислового виробництва на інноваційній основі;

– побудова більш тісної співпраці з країнами – донорами ПІІ;

– формування умов для покращення технічного та технологічного стану українських підприємств;

– зростання екологічно безпечного виробництва;

– забезпечення якості трудових ресурсів відповідно до потреб.

Таким чином, в Україні на сьогодні наявна низка проблем, які гальмують процес надходження іноземних інвестицій. Проте Україна все ж залишається досить перспективною для вкладення капіталу та здійснює впевнені кроки на шляху покращення інвестиційного клімату. ЄС є головним інвестором в українську економіку, але існує ще багато проблем, які

вимагають вирішення з метою забезпечення зростання інвестиційної привабливості України як для європейських, так і інвесторів з інших країн.

Список літератури:

1. Буряк А.А. Інвестиційне співробітництво між Україною та ЄС у промисловості: регіональний розріз / А.А. Буряк // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: "Економіка і менеджмент." - 2017. - № 25/2017. - С. 49-53.

2. Новіцька О.В. Інвестиційно-інноваційне співробітництво України з країнами ЄС / О.В. Новіцька // Вісник Вінницького національного технічного університету [Електронний ресурс]. - 2017. - Режим доступу: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/17154/2823.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

3. Жукова Л.М. Вплив імплементації європейських норм на економічний розвиток держави. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. Випуск 2(6). 2016. С. 22-27.

Цвик Т.М (магістрант)

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕДІАРИНКУ УКРАЇНИ

В процесі змін, що сталися за останні роки на медіаринку України, відбулося посилення ролі інформації в житті суспільства. Впровадження інформаційних технологій, розвиток цього сектору та заглиблення його у всі сфери життя суспільства дуже швидко змінює і роль медіа.

На українському медіаринку виділяють такі сегменти як: телебачення, інтернет, радіо, зовнішня реклама та преса. Якщо розглядати переваги та недоліки цих сегментів, то, наприклад, телебачення може транспортувати рекламні повідомлення в широкі аудиторії, проте витрати телевізійної реклами, як і частка проігнорованих повідомлень, є дуже високими. Реклама на радіо цікава тим, що різні формати можуть приваблювати різноманітні аудиторії на локальних ринках, проте аудиторія не є стабільною. Реклама у пресі та журналах дозволяє краще охоплювати цільову аудиторію, а також можливість подавати інформацію у рекламних повідомленнях [4]. Водночас рекламні повідомлення у пресі можуть загубитися серед багатьох інших, а

також мають коротку тривалість «життя». А недоліками реклами у журналах є низьке проникнення усього ринку та довготривала процедура зміни рекламного повідомлення. Особливостями онлайн-медіа є їхня інтерактивність, безпосередність, висока властивість відбирати цільову аудиторію, інформацію можна подавати за запитом без обмежень.

В Україні з січня 2017 року всі кабельні оператори повинні платити за трансляцію всіх каналів. Всі основні національні кабельні оператори погодилися на компроміс з медіагрупами і надають абонентам той же набір каналів, як і раніше, але з невеликим збільшенням вартості, яке не призвело до зменшення популярності телебачення серед населення. Частота користування інтернетом зростає, особливо серед людей старшого віку. Зріст інтернетактивності відбувається передусім завдяки містам 50+, але завдяки розвитку мобільного інтернету в Україні в останні роки – кількість інтернет-користувачів з менших населених пунктів також зросла. Створюються спеціальні додатки для телефонів для користувачів, що завжди онлайн. Також змінюється споживацька поведінка. Все більше людей купують через інтернет, що сприяє розвитку електронної комерції. Інструменти, що використовуються для рекламних цілей в інтернеті представлені відео, банерною рекламою, пошуковою рекламою, спонсорством та мобільною рекламою. На ринку преси друкована реклама продовжує втрачати свою частку через зростання інтернету. Аудиторія переходить на цифрові версії видань.

Новою хвилею є контент маркетинг, що відповідає за розміщення рекламних блоків на сайтах та у соціальних мережах, він бурхливо розвивається, змінюючи все навколо. Відео-реклама, як і раніше, має найвищий пріоритет, але відчувається дефіцит YouTube трафіка (як основного джерела відео-реклами). Діджитал агентства стимулюють роботу по запасам збільшення відеоінвентаря. Programmatic advertising buying показує високу динаміку зростання при незначних інвестиціях та поступово розширює свої можливості. і, тим не менш, більш «грошовою» і дослідженою

є добре знайома щитова зовнішня реклама. Слова, що найбільш точно характеризують стан ринку: «100% sold out» і зростання реклами в регіонах, особливо на захід від Києва. Out - of - Home (ООН) ринок виріс на 32%. Частка ООН медіаканалів розподіляється таким чином: зовнішня реклама займає 83,8 %, тран- спортна реклама – 11,2 %, внутрішня реклама – 3,5 %, реклама в кінотеатрах – 1,4 %. ціни на зовнішню рекламу будуть в подальшому зростати завдяки тому, що SOR у ключових містах зросла на 90%, а у західному регіоні – до 98%, середній показник зменшення інвентаря становить 8% [2].

Радіо ринок виріс на 32% порівнянно з 2019 роком. Починаючи з осені 2018 року спостерігалось майже 100% продажів рекламного радіо-простору. Результати опитування показали, що безумовними лідерами 2019 року були «Хіт FM», «Шансон», «Кюкс FM», «Ретро FM». Також виявилось, що українці з більш високим доходом слухають радіо частіше. Отже, у топ категорій на рекламу яких витрачається найбільше коштів на телебаченні відносяться: фармакологічні вироби, їжа, торгівля, мобільний зв'язок, гігієна та косметика.

У топ рекламодавців медіаринку в Україні входять Procter&Gamble, Nestle, Pharmak, Reckitt Benckiser, L'Oreal, GlaxoSmithKline, Kyivstar, Sanofi, Vodafone, Biersdorf. Головні фактори розвитку медіа-ринку України у 2020 році це: ситуація з карантинном в Україні і криза викликана COVID – 19, активність політичної ситуації, поглиблення міжнародного економічного співробітництва України, реформаційний прогрес, стабілізація макроекономіки

Список літератури:

1. Чужиков А. Фактори інтернаціоналізації вітчизняного ринку телепродуктів. Матер. міжнар. наук.-практ. конф. «Соціально-економічна конвергенція в Європі: фокусування на Україні» (16-18 квітня 2013., м. Сімферополь) /КЕІ ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана». – Сімферополь-Саки: ПП «Підприємство Фенікс», 2013. – С.96-98 (0,1 др. арк.).

2. Євсейцева О.С., Собцева Г. М. аналіз медійного ринку в Україні / Г. М. Собцева // ефективна економіка. – 2016. – No 5.

3. Publications by Topic [електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.commsalliance.com.au/Publications/Publications-by-Topic>.

4. Чала Ю. В. Оцінка ефективності маркет-тингової діяльності ТНК. [Електронний ресурс] / Чала Ю. В. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?

Бабійчук А.В. (магістрант)

ШЛЯХИ РЕГУЛЮВАННЯ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ

Сучасний світ досить динамічний, тому вимагає постійного коригування політик держав відносно окремих напрямків діяльності. В складі міжнародних відносин одне з ключових місць займає міжнародна трудова міграція, а кожна держава або регіональне об'єднання самостійно формує і реалізовує політику регулювання трудової міграції в залежності від стану попиту та пропозиції на робочу силу.

У 2019 році на ринку праці в ЄС було зайнято в середньому 191,5 млн осіб у віці 20-64 років; з них 8,8 млн. (4,6%) не були громадянами ЄС. В ЄС середній рівень зайнятості серед населення працездатного віку вищий для громадян ЄС (73,8% у 2019 році), ніж для громадян, які не входять до ЄС (60,0%). На кінець 2019 року в усьому світі було 26,0 мільйона біженців та 45,7 мільйона внутрішньо переміщених осіб. 10% усіх біженців і лише частина внутрішньо переміщених осіб проживали в ЄС [4].

Подібно до країн походження трудових мігрантів в сучасному глобалізованому світі, соціальні, економічні та політичні обставини можуть суттєво різнитися серед країн призначення. Однак більшість із них у своїх підходах до міграційної політики поділяють окремі важливі цілі, такі як регулювання ринку праці, в тому числі шляхом:

- прийому працівників-мігрантів відповідно до потреб ринку праці та контролю за нелегальною міграцією;
- максимізації переваг міграції для країни призначення;
- мінімізації будь-яких несприятливих соціальних, політичних чи економічних наслідків від прийому працівників-мігрантів.

Суспільне сприйняття робітників-мігрантів та міграції може мати значний вплив на формулювання міграційної політики, оскільки політики та законодавці прагнуть зберегти політичну підтримку, що видно на прикладі міграційної політики ЄС і США. Управління міграцією у країнах-реципієнтах має не лише відповідати власним потребам та вимогам цих країн, але також повинно враховувати захист прав працівників-мігрантів.

Отже, уряди повинні враховувати низку взаємопов'язаних вимог політики при регулюванні ринку праці, забезпеченні захисту мігрантів та національних робітників та підтримці інтеграції. Наступні напрями особливо важливі для управління та регулювання міграції у країнах перебування:

- політика прийому на роботу мігрантів, включаючи кращі можливості для легальної міграції;
- регулювання ринку праці, в тому числі щодо доступу до зайнятості, мобільності робітників-мігрантів та визнання їх кваліфікації;
- захист працівників-мігрантів (і корінних) у контексті зайнятості;
- вирішення проблем нерегулярної міграції, включаючи заходи регулювання, за необхідності;
- сприяння соціальній згуртованості, особливо шляхом запобігання дискримінації та сприяння інтеграції;
- соціальний захист та добробут, включаючи покращення доступу до соціального забезпечення, охорони здоров'я, освіти та житла;
- сприяння зв'язкам між міграцією та розвитком на підтримку країн походження [1-3].

Таким чином, в сучасних глобалізованих умовах використовуються економічні, так і адміністративні механізми регулювання трудової міграції з метою покращення рівня трудового потенціалу в країні. При цьому COVID-19 пандемія внесла значні корективи в процес управління і регулювання трудової міграції, зокрема, багато країн світу обмежили приплив робочої сили на період пандемії.

Список літератури:

1. Лошенко О. В. Державне регулювання міжнародної трудової міграції у країнах світу [Електронний ресурс] / О. В. Лошенко// Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 5. - С. 179-187 .

2. Лошенко О. В. Моделювання впливу інституціональної складової регулювання міжнародної трудової міграції [Електронний ресурс] / О. В. Лошенко// Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2017. - Вип. 1-2. - С. 270-279.

3. Стаканов Р. Д. Сучасна архітектура регулювання міжнародної трудової міграції [Електронний ресурс] / Р. Д. Стаканов// Інвестиції: практика та досвід. - 2017. - № 13. - С. 12-16.

4. Статистика міграції в ЄС // Режим доступу: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life/statistics-migration-europe_en

Лавренюк А.Д. (магістрант)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СУЧАСНОГО АРТ-РИНКУ

Динамічність сучасного креативного ринку в світі сприяє нарощенню ролі та значення арт-компаній в глобальній бізнес-системі. Ринок креативних індустрій зростає стабільно і горизонтально за рахунок розширення окремих сфер та галузей. В той же час даний ринок креативних індустрій має специфічні та неуніверсальні риси, оскільки креативні сучасні індустрії є досить диференційованими за видами, вартістю, інфраструктурою розвитку, трендами та модами [1].

В сучасній глобальній системі арт-ринок в контексті креативних індустрій відіграє наступні ролі:

- ціннісна роль арт-ринку – кожен предмет культури і мистецтва несе історичну та культурну цінність для суспільства загалом;
- мотиваційна роль арт-ринку – споживання культури мотивує людей до значного внутрішнього розвитку;
- ринкова роль арт-ринку – забезпечує комунікацію творців, покупців та продавців предметів культури і мистецтва на глобальному арт-ринку;

- контрольна роль арт-ринку – за рахунок контролю наявності та вартості можливим є формування індикаторів розвитку глобального ринку креативних індустрій [3].

Особливостями сучасного арт-ринку в рамках глобального ринку креативних галузей є: слабкий рівень ймовірності на ринковий успіх художників без брендування, просування та стратегії арт-маркетингу; історичні мистецькі об'єкти зазвичай мають більш високу вартість на арт-ринку; наявність вказання авторів (художників) на предметах мистецтва автоматично збільшує їх вартість в кілька разів; ринкова вартість предметів мистецтва в значній мірі залежить від попиту на них, моди та смаків, арт-ліквідності мистецького твору; споживчу цінність предметів арт-ринку важко оцінити, вона є унікальною для кожного учасника ринку; відсутня глобальна уніфікована система оцінки якості предметів мистецтва на арт-ринку; на арт-ринку саме пропозиція формує попит, оскільки при створенні художнього твору автор керується власними внутрішніми мотивами, а кінцевий предмет арт-ринку потім виставляється на продаж і має успіх в залежності від споживчої цінності покупців арт-ринку; створення арт-предметів передбачає дуалізм вартості предметів мистецтва – купівельна вартість на аукціонах та внутрішня вартість створення предмету культури; наявність тісного взаємозв'язку між творцями предметів арт-ринку та арт-дилерами, які забезпечують маркетингове просування предметів культури на креативні світові індустрії; ринкова оціночна вартість предметів арт-ринку повністю не залежить від собівартості їх створення [2].

Отже, на сучасному ринку креативних індустрій арт-ринок відіграє одну з провідних ролей, оскільки забезпечує розвиток арт-галузі, диверсифікацію її галузевого складу. Арт-ринок в міжнародній економіці – це сукупність суб'єктів, учасників та інституційної інфраструктури, що забезпечує обіг засобів мистецтва та культури в глобальному масштабі.

Список літератури:

1. Комащенко І. В. Інформаційне втілення науково-інноваційних проектів у форматах виставкової діяльності [Електронний ресурс] / І. В. Комащенко // Current issues of mass communication. - 2017. - Issue 22. - С. 51-70.
2. Лукашова Л. В. Організація виставкової діяльності: навчальний посібник. Київ: КНТЕУ, 2009. 272 с.
3. Мураховський А. Державна організаційно-фінансова підтримка виставкової діяльності [Електронний ресурс] / А. Мураховський // Вісник Книжкової палати. - 2014. - № 11. - С. 3-9.

Панасицька О. (студентка 4 курсу)

ОСНОВНІ ТРЕНДИ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ УКРАЇНИ-ЄС

Міграція робочої сили є одним із наслідків глобалізації. Україна не є винятком у данному процесі - маючи свободу пересування, частина населення мігрує до інших країн з метою підвищення добробуту життя. Однією з важливих сфер співробітництва України з Європейським Союзом є міграційна політика, адже саме ЄС на сьогодні є найпривабливішим регіоном світу для українських мігрантів. Країни ЄС приваблюють громадян України передусім очікуваними вищими доходами, що виявляються, насамперед, у вищих заробітних платах. Серед інших факторів, що спонукають українців емігрувати до країн Євросоюзу є високий рівень життя та соціальних стандартів, дієвість демократичних принципів у суспільстві, географічна близькість, кращі можливості для професійного розвитку тощо. За період останнього десятиліття в Україні відбувається поглиблення євроінтеграційних процесів, і як наслідок цього, спостерігаються деякі зміни у міграційних схемах України-ЄС. Для того аби визначити основні здобутки, а також загрози, які постають для національної безпеки України у процесі посилення міграційних процесів до Європейського Союзу, дане питання потребує більш детального аналізу.

Питання трудової міграції, міграційної політики України щодо співробітництва з Євросоюзом у своїх наукових працях досліджували як вітчизняні (В. Будкін, В. Геєць, В. Кравченко, Н. Марченко, М. Романюк,

О. Шнирков) так і європейські вчені (К. Zimmermann, F. Düvell, P. Kaźmierkiewicz, Y. Leontiyeva, M. Jaroszewicz).

При оцінці показників міграції українців до країн ЄС основна проблема полягає у відсутності точних даних щодо міграції за певний період часу. Оцінки загальної кількості українців, які працюють за кордоном, дуже різняться. Так, зокрема опитування, проведене Державною службою статистики України у 2017 році, оцінює цю цифру у 1,3 млн осіб. Дослідження Українського центру економічної стратегії у 2018 році оцінило середню кількість українців, які працюють за кордоном, у 2,6-2,7 млн., а Інституту демографії та соціальних досліджень імені Птухи НАН України - від 2,2 до 2,3 млн.

Виходячи з даних Держстату, помітним є те, що після 2014 року спостерігається переорієнтація міграційного потоку з раніше панівного російського напрямку на західний (ЄС). Серед країн ЄС найбільша кількість українських емігрантів за останні роки зосереджена у Польщі, Чехії, Італії, Іспанії, Португалії, Угорщині, Німеччині. Дані Євростату вказують, за останні роки дедалі більше українців набувають громадянства країн перебування, а у 2016 році найбільшу частку серед тих, хто отримав дозвіл на проживання в ЄС були саме українці (589 тис. осіб з усіх 3,4 млн). При цьому більшість просили дозволу на проживання в Євросоюзі саме у зв'язку з роботою (майже 83% від усіх отриманих українцями нових дозволів).

Основною країною призначення трудових мігрантів з України є Польща. Це пов'язано перед усім із близькістю розташування. Крім цього Польща виявляє зацікавленість у робочій силі з України через дефіцит власної робочої сили, (поляки їздять на заробітки в інші країни ЄС) і проводить відповідну політику для цього. Одним із методів є ліквідація деяких адміністративних бар'єрів для прийому українців на роботу. Загалом кількість українців, одномоментно зайнятих у польській економіці, оцінюється у 900 тис. осіб. За оцінками Національного банку Польщі, вони забезпечили 11% зростання ВВП країни протягом 2014-2019 рр.

В цілому, трудова міграція до країн ЄС демонструє як певні переваги, так і недоліки. З одного боку, завдяки грошовим переказам мігрантів з Європи відбувається значний приплив коштів в економіку, що дає широкі можливості для збільшення добробуту населення. Міграція зменшує соціальну напругу та навантаження на ринок праці, зокрема знижуючи рівень безробіття. Люди, які їдуть працювати в Європу, починають краще розуміти реальні умови функціонування ринкових економік розвинених країн ЄС і можуть згодом ділитися своїм досвідом в Україні. З іншого боку, внаслідок міграції знижується трудовий потенціал всередині країни та втрачається частина економічно активного і найбільш працездатного населення. Значна частина мігрантів, виїжджають на «чорновіроботи» в Європу. Прикладом тому може бути виїзд частини українців на сільськогосподарські роботи до Польщі, або «на полуницю». Часто такі трудові мігранти стикаються з важкими умовами праці та проживання, зарплатою нижче обіцяного, нелегальним працевлаштуванням, соціальною незахищеністю (відмова в медобслуговуванні) тощо.

Слід також відмітити зростаючі тренди освітньої міграції до країн ЄС. Все більше українських студентів їдуть навчатися в Європу з метою відкрити собі шлях на міжнародний ринок праці. Для отримання диплому європейського зразка найбільше українці обирають Польщу – у 2017 році там навчалось понад 33 тис., Німеччину (9,6 тис.) та Чехію (2,4 тис.).

Подібно до трудових мігрантів, українські студенти, які отримують якісну освіту у європейських ВНЗ, можуть згодом застосовувати здобуті знання на Батьківщині та робити внесок у покращення добробуту країни. У той же час, оскільки Європа відкриває ширші можливості для самореалізації висококваліфікованих спеціалістів та перспективної молоді, відбувається так званий «витік мізків». Так, зокрема із 40 тис. Українських студентів у Польщі лише 5-10% із них хочуть повертатися в Україну. Решта збирається продовжити навчання чи проживання в Європі.

Іншою причиною для міграції українців до ЄС є пошук притулку. Після анексії Криму та розгортання військового конфлікту на Донбасі значна кількість громадян України подала клопотання про притулок в ЄС-28. При цьому найбільше клопотання подавалися до тих країн, де перебувають численні трудові мігранти з України (Польща, Німеччина, Іспанія, Італія). Утім, після 2015 року кількість поданих клопотань поступово зменшувалася і становила в 2018 р. 10,2 тис., що пов'язано з певною стабілізацією ситуації в країні.

Проведене дослідження показало, що у сучасних умовах євроінтеграції України відбувається поглиблення міграційних процесів між Україною та ЄС. Міграція громадян України до ЄС має ряд причин, основними з яких є пошук роботи, здобуття освіти та пошук притулку у зв'язку з конфліктом з Росією. Вплив міграції до Євросоюзу є дуже багатограним і містить як переваги так і недоліки. Для уникнення негативних наслідків, завданням держави є побудова конкурентоспроможної економіки через здійснення ефективних економічних реформ. Крім цього уряд має розробити стратегічну міграційну політику, яка буде спрямована на збереження та покращання характеристик трудового потенціалу на національному ринку праці, що може покращити міграційні тенденції, знизити рівень еміграції та сприяти поверненню висококваліфікованих кадрів та молоді.

Список літератури:

1. Фонд розвитку МОМ «Міграція в Україні. Цифри і факти (2019)». URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/iom-ukraine_facts-ukr_2019.pdf
2. Офіційний сайт Єврокомісії. Jerzy Pieńkowski «The Impact of Labour Migration on the Ukrainian Economy». URL: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/economy-finance/dp123_en.pdf
3. Центр економічної стратегії «В Польщу на полуницю? Як порахувати, скільки українців виїхало за кордон». URL: <https://ces.org.ua/migrants/>
4. Аналітичний центр CEDOS «Українське студентство за кордоном: дані до 2017/18 навчального року». URL: <https://cedos.org.ua/uk/articles/ukrainske-studentstvo-za-kordonom-dani-do-201718-navchalnoho-roku>

5. Notes from Poland «Ukrainian immigrants add 11% of Polish GDP growth». URL: <https://notesfrompoland.com/2019/10/31/ukrainian-immigrants-add-11-of-polish-gdp-growth/>

6. Офіційний сайт Євростату «Residence permits for non-EU citizens 2019». URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10189082/3-25102019-AP-EN.pdf/95e08bc8-476d-1f7d-a519-300bdec438cb>

Подольська Д.І. (магістрант)

ГЛОБАЛЬНИЙ ВИМІР РОЗВИТКУ АРТ-БІЗНЕСУ

Слід зазначити, що креативна економіка значно розширює можливості традиційного виробництва товарів і послуг. Креативні індустрії ефективно розвиваються і вписуються в галузі традиційної економіки, наприклад сьогодні вони займають 7% від світового внутрішнього валового продукту зі зростанням у 10% щороку [1]. Ця сфера розвивається швидше, ніж виробництво й ринок послуг. Вона надає робочі місця для 8,3 млн громадян ЄС, що дозволяє називати її ефективною економічною моделлю самозайнятості. Прогнозується, що креативна економіка й надалі буде однією з головних форм соціально-економічного розвитку за умови формування відповідного інтелектуального середовища, розвитку системи соціально-економічних стосунків, що сприятиме розкриттю творчих здібностей людей створенню ними нових творчих ідей і успішної їх реалізації в нових соціально-економічних умовах глобалізованого суспільства.

На думку І. В. Скавронської та Р. О. Ріпки [2], якісно новий стан світової економіки свідчить про те, що креативний клас приходить на зміну середньому, оскільки: 1) основою нової економіки є п'ятий і шостий технологічні уклади: основна роль переходить від традиційних чинників виробництва до нових – знань, інформації, інтелекту; 2) метою економічного розвитку стає не максимізація прибутку і ВВП, а максимізація людського потенціалу; 3) конкурентними перевагами працівника стають не тільки досвід і навички, а й креативність і швидкість отримання нових знань.

Отже, поширюється переконання, що розвиток креативної економіки та безпосередньо арт-бізнесу дозволить здолати соціальну замкнутість, посилити соціальну захищеність, особливо в творчих професіях, залучити в активну економічну діяльність таланти різних груп соціуму, запропонувати нові форми зайнятості і організації трудової діяльності, реально зробивши можливою трудову і професійну мобільність. Тобто креативна економіка дозволяє переглянути суспільні стереотипи щодо багатьох видів трудової діяльності. Зокрема, у креативній економіці є основа для відродження ручної праці, а товари з маркуванням handmade отримали новий статус. Отже, основний ресурс суспільства – творча діяльність людини; при виробництві будь-яких економічних продуктів забезпечується вільний, ефективний і цілеспрямований обмін творчою енергією між усіма учасниками ринку.

В глобальній креативній економіці важливе місце займає сучасний арт-бізнес, який являє собою складне і багатофункціональне явище. Перехід до ринкової економіки спричинив за собою активну комерціалізацію мистецтва, формування нових відносин між творцями мистецтва і тими, хто виступає в якості їх цінителів. Зросла зацікавленість світових економічних держав до торгівлі в культурній сфері, а також до вигод, які тягне за собою активна діяльність на ринку художніх цінностей.

Коли твори мистецтва знаходяться в обігу на ринку, вони неминуче набувають товарного характеру. Арт-ринок схильний до тих же тенденцій, які ми можемо спостерігати в світовій торгівлі. Серед найбільш важливих слід назвати глобалізацію арт-бізнесу, розвиток зв'язків між різними країнами в галузі культури, а також підвищення ролі інформаційних технологій і розвиток онлайн-торгівлі [3].

Список літератури:

1. Давимука С. А., Федулова Л. І. Д-13 Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова ; ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України". – Львів, 2017. – С. 10-15

2. Скавронська І.В., Ріпка Р.О. Емпіричне оцінювання передумов становлення креативного класу в Україні / І.В. Скавронська, Р.О. Ріпка // YoungScientist. – 2017. – № 2. – С. 339-344

3. McAndrew C. The Art Market 2017. // Art Basel and UBS Report. Art Basel & UBS, 2017. – P. 16, 44.

Барна С.І. (магістрант)

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ У СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Еволюція економіки кінця ХХ – початку ХХІ століття ознаменувалася зміною основного вектору її розвитку в процесі постійного зростання ролі інтелектуальної праці, науково-технічного та технологічного прогресу, культурної, соціальної та креативної сфер, що мало значний вплив на розвиток людського капіталу в цілому [1, с. 82]. Креативні індустрії з кожним днем стають вирішальним фактором розвитку економіки країн світу в цілому, адже дозволяють капіталізувати інтелектуальну працю та творчу діяльність через використання інформаційних технологій та захист прав інтелектуальної власності.

За методологією Міністерської групи стратегічного розвитку креативних галузей Великої Британії креативні індустрії визначені як ті «галузі економіки, що засновані на індивідуальній творчості, знаннях і талантах, в яких створюється додана вартість та робочі місця через виникнення та експлуатацію інтелектуальної власності» [2, с. 5].

Конференцією ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) було виділено основні складові глобальної креативної економіки, які класифікуються відповідно до об'єктів інтелектуальної власності, що створюються у таких галузях. До них належать: фото-, відео-, та кіномистецтво, реклама, R&D, програмування, архітектура, декоративно-прикладне та музичне мистецтво, мода і дизайн, музична та видавнича діяльність [3].

На сьогоднішній день не існує єдиного підходу до оцінки креативних індустрій. Найпоширенішими з них є методології UNCTAD та Британського уряду, що базуються на обрахуванні інтегрального показника, який включає

офіційні статистичні дані щодо частки креативної економіки у ВВП країни, кількості зайнятих у цьому секторі економіки та частки у експорті товарів та послуг [4].

У 2018 році було опубліковано звіт UNCTAD «Creativeeconomyoutlook», в якому окреслено основні тенденції розвитку креативних індустрій у світі. Так, ринок товарів креативної галузі збільшився більше ніж вдвічі у період 2002-2015 рр. – з 208 млрд. дол. США до 509 млрд. дол. США. При цьому участь країн з економікою, що розвивається, в торгівлі цими товарами була активнішою, ніж країн з розвинутою економікою. Найбільше креативних товарів виробляється у країнах Азії – Китаї, Індії, Сінгапурі, Тайланді, Малайзії, у той час як основними експортерами є високорозвинені країни Європи – Франція, Італія, Великобританія, Німеччина Швейцарія, а також США. Найбільший прогрес в зростанні креативної економіки продемонстрував Китай з середнім темпом зростання обсягів торгівлі у 14% між 2002 та 2015 роками (табл. 1) [5, с. 9-11].

Таблиця 1 – Основні експортери креативних товарів [5, с. 21]

Країна	Експорт креативних товарів, млрд. дол. США
Китай	168
США	39
Франція	34
Гонконг	27
Італія	27

Оскільки виробництво товарів креативної економіки потребує використання новітніх технологій та підприємницького потенціалу, найефективнішою моделлю її розвитку є кластеризація, яка підвищує продуктивність людського капіталу та зменшує операційні витрати в цілому. Реалізація цієї моделі полягає у створенні так званих креативних робочих зон, районів, регіональних та віртуальних кластерів [6].

У зв'язку з неоднорідністю економічного розвитку країн світу виникає регіональна асиметричність у впровадженні та здійсненні креативної

діяльності. Найбільшу частку у торгівлі товарами креативних індустрій займає дизайн, мода та кінематограф. 54% загального експорту таких товарів належить моді, дизайну інтер'єру та ювелірній справі, основними постачальниками яких є країни Азії та Латинської Америки. Візуальне мистецтво та кінематограф найбільш поширені у країнах Західної Європи та США, відеоігри та цифрова анімація – у країнах Східної Європи, зокрема в Польщі, Сербії, Румунії [5, с. 10].

Український креативний сектор здебільшого розвивається у сфері ІКТ, проте через брак достатнього фінансування вітчизняні підприємці змушені шукати підтримки за кордоном, тож все більшої популярності набуває аутсорсинг. Україна займає лідируючі позиції за аутсорсингом продукції ІКТгалузі. Останніми роками стрімко розвиваються коворкінгові платформи, що надають підтримку «креативним» підприємцям та створюють умови для розвитку креативної економіки, зокрема StartupUkraine та UNIT.City [7, с. 14].

У креативному секторі економіки України за даними Європейської Бізнес Асоціації працює 500 тис. осіб, що складає 3% від загального числа зайнятих, у цій сфері виробляється 5% ВВП країни. В ІТ-галузі працює близько 130 тис робітників і ця галузь є найперспективнішою на вітчизняному ринку. Останніми роками стрімко розвивається медійна сфера, зокрема кінематограф, проте цей сегмент ринку орієнтований здебільшого на внутрішнього споживача [8 с. 116].

Основними перепонами розвитку вітчизняних креативних галузей є фактична відсутність їх законодавчого регулювання. Зокрема саме визначення «креативних індустрій» було введено до Закону України «Про культуру» лише у 2018 році [9]. Окрім цього в українському законодавстві щодо захисту прав інтелектуальної власності існує величезна кількість прогалин, що виявляється в інтернет-піратстві та фактичній безкарності порушників законодавства [10].

Отже, креативні індустрії є важливим елементом розвитку сучасної глобальної економіки та міжнародних економічних відносин. Такі галузі господарства дозволяють створювати значну частку доданої вартості часто при відносно незначних матеріальних затратах, що сприяє покращенню економічних показників низькорозвинених країн, які не мають доступу до природних ресурсів та ін. Перехід до постіндустріального етапу суспільного розвитку обов'язково потребує здійснення творчої діяльності та розширення креативної економіки.

Список літератури:

1. Поснова Т. В., Химорода О. П., Тершак Н. А. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування // *Международный научный журнал «Интернаука»* // № 3 (43), 2 т., 2018 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/mnj_2018_3%282%29_21.pdf
2. Department for Digital, Culture, Media & Sport of UK, *Creative Industries Mapping Documents 2001* // Foreword, 2001 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf
3. UNCTAD, *Creative Economy Programme* - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>
4. Department for Digital, Culture, Media & Sport of UK, *Creative Industries Economic Estimates Methodology*, 2016 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-economic-estimates-methodology>
5. UNCTAD, *CREATIVE ECONOMY OUTLOOK: Trends in international trade in creative industries*, 2018 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf
6. *Creative Clusters, Creative Economy, Cultural Policy* - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://creativeclusters.com/?page_id=1599
7. Фарінья К. *Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні* // *Culture&Creativity*, 2017 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf
8. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку // *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*, випуск 3, 2019 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/irtpa_2019_3_12.pdf
9. Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про культуру" щодо визначення поняття "креативні індустрії"», 2018- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text>
10. Костюченко О. М. *Правове регулювання інтелектуальної власності в Україні* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://minjust.gov.ua/m/str_4487

МОДЕЛІ СТРАТЕГІЧНОГО ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ

Вибір стратегії є порівнянням напрямків діяльності компанії при наявних видах діяльності, діагностуванні пріоритетів, визначених при аналізі і розподіл ресурсів між цими пріоритетами. Саме тому при виборі стратегії необхідно якісно проводити оцінку власних сил і слабких сторін, слід вивчати і впроваджувати технологічні нововведення. Необхідно провести оцінку аналогічних позицій конкурентів, для виявлення області, в якій організація може зайняти лідируючі позиції. Порівнюючи поточні і очікувані результати, компанія розкриває для себе перспективні цілі і завдання в розвитку.

Стратегія на підприємстві являє собою набір методів, комбінацій, правил і прийомів, спрямованих на досягнення основних цілей шляхом вирішення проблем, і, головне, отримання конкурентних переваг. Стратегія охоплює питання теорії і практики підготовки компанії до ведення бізнесу, досліджує закономірності зовнішнього і внутрішнього середовища (економічна, політична та організаційна компоненти стратегічного куба), розробляє способи і форми підготовки і реалізації стратегічних дій, визначає цілі та завдання підрозділів, розподіляє ресурси по стратегічним зонам господарювання.

Багато світових та вітчизняних вчених і дослідників пропонують модифікацію зазначених вище моделей, адаптуючи їх до вимог зовнішнього середовища. Але по суті вони не дуже відрізняються від класичних моделей. Всі вищевказані моделі стратегічного вибору можна об'єднати в 3 групи відповідно до ключових критеріїв вибору стратегії[1;4]:

1. Ринок і конкурентна позиція. До цієї групи можна віднести такі моделі, як модель М. Портера, матриця БКГ, матриця McKinsley, матриця Shell - DPM, матриця Томпсона і Стрікланд, модель ADL - LC. Вибір виду стратегії в зазначених моделях проводиться на підставі двох критеріїв: привабливість ринку і конкурентна позиція компанії на цьому ринку.

Істотним недоліком даних моделей є те, що вони не враховують змін факторів зовнішнього середовища компанії, обмежуючись лише аналізом галузі. Неможливо приймати стратегічні рішення без ретельного аналізу всього зовнішнього середовища, в якому функціонує компанія.

2. Ринок і товар. У цю групу доцільно віднести матрицю можливостей І. Ансоффа. Дана модель пропонує альтернативні варіанти тільки для продуктової стратегії компанії, тобто не враховуються чинники всього економічного потенціалу компанії і навколишнього її зовнішнього середовища[2].

3. Внутрішній сила і слабкість і зовнішні можливості і загрози. Матриця SWOT - аналізу, що відносяться до цієї групи, мабуть, є найбільш повною. У зазначеній моделі враховуються фактори як економічного потенціалу компанії, так і зовнішнього середовища. Тобто результатом використання матриці SWOT-аналізу буде більш раціональний вибір виду ділової стратегії, реалізуючи яку компанія зможе домогтися поставлених цілей[2;3].

Стратегічний вибір альтернативи є одним з основоположних моментів стратегічного вибору. У тому випадку, якщо вибір стратегії зроблений невірно, то реалізація даної стратегії не тільки не поліпшить становище компанії, але і може погіршити. Необхідно пам'ятати, що на даний вибір впливає безліч факторів: визначення місії компанії, постановка цілей, економічний потенціал, тощо. При визначенні того чи іншого виду ділової стратегії компанії керівнику необхідно враховувати і розглядати у взаємозв'язку всі фактори як зовнішнього середовища, так і внутрішнього потенціалу компанії.

Таким чином, вибір стратегії розвитку підприємства включає такі важливі компоненти як аналіз споживачів, аналіз конкурентів, аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища, виявлення сильних і слабких сторін, напрямків діяльності, тощо. Формальний підхід до завдань аналізу і оцінки стратегії підприємства на кожному етапі вибору позбавляє компанію можливості бути адаптованою до зовнішнього середовища і створює ряд

серйозних проблем в перспективі. Раціональний вибір стратегії можливий тільки завдяки комплексному вивченню діяльності підприємства з метою об'єктивної оцінки результатів і виявлення можливостей подальшого підвищення ефективності його діяльності.

Список літератури:

1. Анопченко, Т.Ю. Формирование стратегии развития коммерческой организации на основе критериального выбора / Т.Ю. Анопченко, М.В. Чараева, Е.М. Евстафьева, Е.В. Парада // *Фундаментальные исследования*. – 2017. – №10-3. – С. 536-543
2. Калинина, О.В. Марюхта, А.П. Алгоритм использования матрицы Ансоффа как метод системного выбора необходимой стратегии развития компании / О.В. Калинина, А.П. Марюхта // *Инновационная наука*. 2015. №8. С.18-22
3. Тануркова, И.Г. Особенности выбора стратегии развития компании / И.Г. Тануркова // *Международный журнал социальных и гуманитарных наук*. 2016. Т.8. №1. С. 284-287
4. Якушева, В.В. Разработка стратегии развития организации / В.В. Якушева // *Молодой ученый*. 2017. №51. С. 201-204

Плахотнюк Д.В. (магістрант)

ОЦІНКА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

В сучасних економічних умовах компаніям необхідно шукати ефективні методи для розвитку, підвищення конкурентоспроможності, зростання рентабельності і вартості. В даний час одним з методів є стратегія злиття і поглинання.

Ринковий механізм, який отримав назву «угоди злиття і поглинання», по-англійськи звучить як M&A (Mergers and Acquisitions) [1].

Будь-яка угода M&A складається з декількох ключових етапів.

1. Інвестор самостійно або із залученням стороннього консультанта (на основі даних, отриманих з відкритих джерел і від учасників ринку) вивчає потенційні об'єкти для покупки або злиття. На цьому етапі попередньо оцінюються виручка і прибуток компаній-цілей, їх виробничі потужності, наявні права власності на об'єкти нерухомості, товарні знаки, інтелектуальна власність, ліцензії, клієнтська база і т. д.

2. Після затвердження шорт-листа компаній-цілей акціонери або топ-менеджери компанії-покупця ініціюють переговорний процес – самостійно або із залученням посередника (зазвичай це інвестбанк або юридичний консультант, який бере на себе фінансовий супровід угоди). Якщо в ході переговорів власники компанії-покупця і компанії-мішені прийшли до попередньої згоди, обумовили основні характеристики угоди (що це буде – поглинання або злиття, що буде об'єктом угоди – акції / частки або майновий комплекс і т. д.), то підписується меморандум про наміри.

3. Проведення *due diligence*, тобто виробничого, фінансового та юридичного аудиту компанії-цілі. При цьому повинні бути адекватно оцінені сильні і слабкі сторони компанії-цілі, стан її виробничих потужностей, фінансові потоки, можливі ризики, зобов'язання, які доведеться взяти на себе покупцеві (наприклад, заборгованості, соціальні зобов'язання), і т. п. У роботі на даному етапі беруть участь, перш за все, фінансові та юридичні консультанти, аудиторі, незалежні оцінювачі. Це найскладніший етап, за підсумками якого не виключений відмова від угоди. Так відбувається в разі, якщо з'ясується, що ключові параметри компанії-мішені не влаштовують покупця або потенційний синергійний ефект недостатній. Якщо ж результати *due diligence* позитивні, то починаються переговори про конкретну вартість та умови угоди. Потім підписуються підсумкові документи, угода проходить етап юридичного оформлення, після чого проводяться остаточні розрахунки по ній.

4. Інтеграція придбаної компанії в бізнес покупця або інтеграція двох компаній-партнерів після злиття. Це дуже важлива і досить складна задача. Адже від того, наскільки успішно буде вибудована система управління, наскільки ефективно куплений бізнес інтегрується в виробничу структуру власника, і від того, чи вдасться зберегти ключових співробітників придбаної компанії та її клієнтську базу, залежить синергійний ефект від угоди [3].

У таблиці 1 представлені основні переваги та недоліки найбільш поширених методів оцінки компаній.

Порівняння різних методів оцінки компанії для цілей M&A [8]

Метод	Переваги	Недоліки
Метод оцінки на основі прибутку		
Метод дисконтованого грошового потоку	Облік відмінностей у величині і термінах надходження грошових коштів; Облік ризику; Необхідне чітке визначення базових припущень.	Необхідно прогнозування CFs для кожного періоду, продовженої вартості компанії і ставки дисконтування на основі обмеженої і ненадійною інформації; Вкрай чутливий до точності прогнозування прибутку або CFs і вибору ставки дисконтування; Частка продовженої вартості в сукупної вартості може бути непропорційно великий.
Методи оцінки на основі ринкових показників		
Аналіз порівнянних компаній	Використання ринкових коефіцієнтів: Ціна / Прибуток, Ціна / Обсяг продажів, Ціна / Балансова вартість подібних компаній.	Результат коригують на премію за контроль; Використовують минулі дані обліку; Результат схильний спотворення через поточну психології ринку.
Аналіз порівнянних угод	Використання найточніших ринкових показників на даний момент.	Угод може бути трохи або вони укладені занадто давно; Конкретні дані по операціях важко знайти.
Аналіз тієї ж або порівнянної галузі	Отримання додаткової оцінки для порівняння.	Передбачається, що середньогалузеві мультиплікатори вартості застосовні до конкретної компанії; Інформація по галузі часто відсутня.
Методи оцінки на основі вартості активів		
Оцінка за балансовою вартістю матеріальних активів	Для компаній, що надають фінансові послуги, і дистриб'юторських фірм, активи яких зазвичай є високоліквідними.	Балансова вартість може відрізнятись від ринкової; Обмежена доступність необхідної інформації.
Оцінка за вартістю дроблення	Оцінка реальної вартості дочірніх компаній, яку визначити зовнішнім фахівцям важко.	Виходить з того, що компанію можна швидко продати без збитку для її вартості; Наявні ринки часто неліквідні.
Оцінка за ліквідаційною вартістю	Визначають мінімальну вартість компанії.	Припущення про можливість впорядкованої ліквідації; Наявні ринки часто неліквідні.

Відповідно до визначених переваг та недоліків, а також інших особливостей застосування окремих методів оцінки вартості бізнесу в угодах M&A конкретне підприємство обирає той метод, який є найбільш зручним та підходящим для розрахунку його вартості.

Список літератури:

1. Джиоева, М.В. Удосконалення системи показників економічного аналіз M & A. Ефективне антикризове управління. – 2011. – №5. – С. 98.
2. Сучасний фінансово-кредитний словник / За заг. ред. М. Г. Лапусти, П. С. Нікольського. – 2-вид., Доп. – М.: ІНФРА-М, 2002.
3. Івашківська І. Злиття і поглинання: пастки зростання. Керування компанією. – 2014. – №7. – С. 26.
4. Гохан П. Злиття, поглинання та реструктуризація бізнесу. – М.: Альпіна бізнес букс, 2014. – С. 121.
5. Марченко А.А, Лемешек І.С. Як оцінити ефективність злиття / поглинання. Управління корпоративними фінансами. – 2016. – С. 47.
6. Gauchan, P.A. Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings / P.A. Gauchan. – New York: John Wiley & Sons, Inc., 2007. – 741 p.
7. Пучкова, И.С. Корпоративные слияния и поглощения в свете показателей фондового рынка. Управление корпоративными финансами. – 2010. – №1. – С. 31.
8. DePamphilis, D.M. Mergers, Acquisitions, and Other Restructuring Activities / D.M. DePamphilis. – Elsevier Inc., 2010. – 921 p.
9. Эванс, Ф. Ч., Бишоп, Д. М. Оценка компании при слияниях и поглощениях. – М.: Альпина бизнес букс, 2014. – С. 69.

Лавріненко В.С. (магістрант)

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ КРАЇН ТА МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

Інвестиційний капітал завжди прямує за двома напрямками або найбільші прибутки з певним вищим рівнем ризику, або помірні доходи з мінімальним рівнем ризику. На глобальному рівні інвестиційна привабливість компанії характеризується зацікавленістю інвесторів вкладати грошові кошти у її діяльність, розвиток та модернізацію. Звичайно не тільки діяльність самої компанії впливає на думку інвестора і зовнішні фактори грають не останню роль, типу політико-економічний ризик країни та сучасний стан міжнародних економічних відносин та глобальні кризові явища та ін. За даними рейтингу

індексу глобальної привабливості прямих іноземних інвестицій (A Global Foreign Direct Investment Country Attractiveness Index (GFICA)[1]) до найпривабливіших країн відносяться наступні (табл. 1).

Таблиця 1

Інвестиційно привабливі країни за індексом GFICA на 2020 р.

№	Країна	Значення індексу
1	США	75,9
2	Швейцарія	72,7
3	Швеція	70,4
4	Великобританія	70,1
5	Німеччина	69,9
6	Нідерланди	69,3
7	Сінгапур	68,2
8	Франція	67,2
9	Данія	67,1
10	Гонконг	66,8

Джерело: побудовано автором на основі даних [1]

За запропонованим індексом до найпривабливіших країн по притоку іноземних інвестицій відносяться США, Швейцарія, Швеція та інші. Україна в даному рейтингу займає 58 місце.

Як зазначалося в першому розділі дипломної роботи одним із методів оцінки інвестиційної привабливості міжнародних компаній є метод експертних оцінок. Так, для прикладу пропонуємо розглянути найбільш популярні багатонаціональні корпорації для інвестування на думку А. Чоккавелу (CFA) (табл. 2) [7]. Також необхідно відмітити, що даний вибір є дуже важким, оскільки залежить в першу чергу від індивідуальних особливостей самого інвестора та його фінансових можливостей. Інвестор з активною позицією при інвестуванні не буде розглядати перші два варіанти, оскільки вони направлені на пасивне отримання доходу. Разом з тим, інвестор з недостатньо великими фінансовими можливостями не зможе придбати акції провідних багатонаціональних корпорацій типу: Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Google, JPMorgan Chase, HSBC та ін.

Найбільш інвестиційно привабливі компанії на 2020 р.

№	Компанія	Активи на 2019 р., млрд дол. США
1	The Vanguard Total Stock Market ETF	550
2	The Vanguard Total International Stock ETF	250
3	Amazon.com	83,402
4	Alphabet	197,295
5	Facebook	104
6	Intuitive Surgical	3,95
7	Axon Enterprises	0,846
8	AT&T	552
9	Verizon Communications	292
10	Ford Motor Company	260

Джерело: побудовано автором за даними [2] та сайтів компаній.

За даними таблиці 2 прослідковується привабливість компаній з он-лайн сервісами Amazon, Alphabet та Facebook. Ця тенденція є зрозумілою в період масових локдаунів. Придбання через інтернет платформи є зручним способом отримати бажану покупку не виходячи із дому. Разом з тим, розвиток соціальний мереж також на сьогодні є масовим явищем і все більше кількість учасників підключаються до сервісів типу Facebook. Також на тлі епідемії підвищується інтерес до фармацевтичних та технологічних компаній в даному секторі Intuitive Surgical.

Враховуючи сучасну пандемію складно підвищити рівень привабливості країни і відповідно бажання інвесторів купувати компанію або здійснити пряме інвестування в компанію певної країни. Одним із методів оцінки інвестиційної привабливості загалом країни можна вважати зацікавленість інвесторів у злитті чи поглинанні національної компанії або створенні компанії на території даної країни. Якщо країна є достатньо інвестиційно привабливою, то кількість та обсяги угод злиття та поглинання будуть в разі більші.

Список літератури:

1. The 2020 Index – A Global Foreign Direct Investment Country Attractiveness 2020 URL: <http://www.fdiattractiveness.com/wp-content/uploads/2020/03/2020-Index-Report.pdf>
2. A. Chokkavelu 20 of the Top Stocks to Buy in 2020 (Including the 2 Every Investor Should Own) URL: <https://www.fool.com/investing/top-stocks-to-buy.aspx>

Наукове видання

**«МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ
У ХХІ СТОЛІТТІ: МЕХАНІЗМИ, ФОРМИ,
РЕГУЛЮВАННЯ»**

Видано в авторській редакції

Підписано до друку 26.11.20. Формат 60×84/8
Друк. арк. 17,83. Зам. № 20-5641

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua