

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

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

**ГЛОБАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ:
СТРАТЕГІЧНІ МОТИВАЦІЇ, ФОРМАТИ,
НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ**

*Збірник матеріалів студентської науково-практичної
Інтернет-конференції*

*25 листопада 2021 р.
м. Київ*

Організаційний комітет:

Гавриш Михайло Михайлович - к.філол.наук, доцент
Галенко Оксана Миколаївна – д.е.н., професор
Ісаєв Едуард Шахмарович - к.філол.наук, доцент
Козачок Тетяна Сергіївна – к.е.н., доцент
Козловська Лариса Степанівна – к.філол.наук, доцент
Лобецька Інна Михайлівна - старший викладач
Мовсесян Арег Самвелович – к.е.н., старший викладач
Мозговий Олег Миколайович - д.е.н., професор
Олійник Вікторія Володимирівна - к.е.н., доцент
Подгурська Тамара Анатоліївна – старший викладач
Поплюйко Андрій Миколайович – к.е.н., доцент
Прісняк Сергій Олександрович - асистент
Сандул Марія Станіславівна - к.е.н., доцент
Солодковський Юрій Мечиславович – к.е.н., доцент
Столярчук Ярослава Михайлівна - д.е.н., професор
Федірко Олександр Анатолійович – д.е.н., доцент
Циганкова Тетяна Михайлівна - д.е.н., професор
Черницька Тетяна Володимирівна - к.е.н., доцент
Шевченко Ольга Леонідівна - к.філол. наук, 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*

Г 52 **Глобальна економічна інтеграція:** стратегічні мотивації, формати,
національні інтереси : Збірник матеріалів студентської наук.-практ. Інтернет-
конф., 25 листопада 2021 р., м. Київ.: [Електронний ресурс], К.: КНЕУ, 2021.
540, [1] с.

ISBN 978-966-926-393-3

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

УДК 339.922(06)

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено*

ЗМІСТ

Гненний А.В. Сценарії розвитку глобального енергетичного ринку	8
Шмирко Б.О. Діяльність ТНК в умовах нерівномірності світового економічного розвитку	10
Титаренко А.А. Сучасна парадигма управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах глобалізації	12
Антіпова А.В. Конкурентні стратегії у світовому автобудівному секторі	15
Гаврищук К.О. Сучасна структура і тренди розвитку глобального ринку фармацевтичних товарів	18
Нечиталюк А.С. Науково-технічний потенціал як чинник економічного зростання	21
Суровцева Д.С. Особливості процесу креативізації глобального економічного розвитку .	23
Daria Pivtorak. Business Strategy Development.	27
Ігнат'єва В. Д. Просування бізнесу у соціальних мережах в умовах діджиталізації світової економіки	29
Korniichuk T.A. Management of Competitiveness in the Context of Global Economic Relations	33
Автономов О.Д. Проблема євроінтеграції України: досвід Румунії	36
Ваколюк Д. В. Інвестиційне співробітництво України з країнами-членами ЄС	39
Губарєв А.П. Інвестиційна компонента розвитку вітчизняного ринку продовольства у світлі глобальних трендів.	41
Демидова А.Г. Концептуальні основи явища глобальної інтеграції	44
Джус О.В. Глобальна інтеграція як нова форма суспільного розвитку	47
Zakharchenko A.V. Human Resource Management in the Conditions of Modernization of the Economy	50
Калашник В.С. Ефективність управління фінансами в міжнародній компанії Recycling Solution	53
Kovalenko Olga B2B Influencer Marketing	54
Кравченко Р.В. Працевлаштування мігрантів в Південній Кореї	57
Кузнецова А.А. Agile-менеджмент в системі міжнародного бізнесу: аналіз і особливості в сучасних реаліях	59
Куненко-Кунь Д. Напруженість стосунків Італії з Європейським союзом	63
Кучина Д. Ефективність системи державного стимулювання експорту.	65
Лавриненко Ю.Д. Стратегії міжнародних компаній у сфері медіа-бізнесу.	67
Маринчук М.В. Загальна характеристика міжнародної корпорації GOOGLE	70
Павлюченко М.О. Особливості та переваги реклами бізнесу в мережі Інтернет	72
Пасевич А. І. Суперечності сучасного етапу глобальної світової економіки	74
Петрусь І.С. Стратегічні альянси в ес: особливості їх створення та функціонування у високотехнологічних сферах	79
Полегенько Р.О. Роль міжнародних консалтингових компаній у сприянні міжнародній інтеграції.	81
Предко Ю.В. Сучасні тенденції злиттів та поглинань міжнародних корпорацій	84
Пушкар А.А. Причини об'єднання підприємств в умовах глобалізації та транснаціоналізації	87
Берладіна А.В. Роль арт-бізнесу в глобальній креативній економіці	90
Рябов І.Т. Світовий кіно-бізнес в глобальній креативній економіці	93
Рябухіна М.А. Макроекономічні ефекти міжнародної економічної діяльності України . . .	96
Статкевич А.П. Стратегія злиття і поглинання як альтернатива зростання фармацевтичних компаній	99
Вертелецький О.І. Розвиток елементів фінансових технологій в умовах цифровізації світової економіки	101
Тарасенко С.І. Інтегрована звітність як ключовий інструмент корпоративного управління	105

Тацій А.Д. Диверсифікація ринку міжнародних перевезень в Європі	107
Стадник С.В. Розвиток сучасного банкінгу в умовах FinTech-революції	109
Магера А.С. Організація обліку спільної діяльності та аудит фінансової звітності спільних підприємств	112
Тарасенко А. Стратегії розвитку міжнародної компанії на прикладі ТОВ ДЕКАТЛОН Україна	114
Барикіна Л.А. Регулювання та контроль як імператив світового фармацевтичного ринку .	118
Дудко В.В. Особливості розвитку міжнародного ринку органічних продуктів	120
Харенко М.О. Вплив пандемії на міжнародні авіаперевезення	122
Остра К.В. Розвиток ринку харчових продуктів України задля забезпечення продовольчої безпеки	125
Сьомка П.Ю. Особливості міжнародної торгівлі товарами України та ЄС	127
Попов Н.О. Деякі аспекти регулювання міжнародної торгівлі в Австрії	130
Халіль Д.Х. Імперативи використання інструментарію маркетингового менеджменту у практиці сучасної корпоративної діяльності	133
Шроль А.О. Стратегія розвитку міжнародної компанії на прикладі ADIDASAG	135
Varsuchenko Khrystyna German Consulting Industry	137
Борова М.С. Основні етапи та особливості венчурного фінансування стартапів	139
Вербопецька Є.С. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні (на прикладі ІТ сфери)	142
Зам'ятін Д.В. Ключові сфери двостороннього регіонального співробітництва України та Польщі	144
Івасишина Л.М. Наслідки Covid-19 на національний ринок фармацевтичної промисловості	147
Качан Ю.О. Форсайт розвитку ринку природного газу в умовах переходу до низьковуглецевої економіки	149
Коваленко А.В. Реалізація національних інтересів Республіки Корея у зовнішньоекономічній сфері	152
Шалаяпін О.І. Декомпозиція ризиків у портфельному інвестуванні за CAPM	155
Горобець Я.І. Стратегії сталого розвитку як основа екологізації глобального простору . .	159
Кузнєцова А.В. Особливості процесу міграційної кризи в Європі	162
Ніжинська В.В. Глобальний ринок професійних послуг в умовах пандемії	165
Макаренко Ю. І. Перспективи розвитку міжнародного туризму	168
Петрашко Л.П., Пономаренко А.О. Трансформація операційних 188 моделей компаній споживчих товарів	171
Протасова М.В. Управління маркетингом у міжнародній корпорації	174
Прудивус П.О. Інтелектуальні ресурси глобального економічного розвитку	177
Родіонов М. Роль медіа індустрії у глобальній економіці	179
Савва В.Р. Передумови виникнення та розвитку світового фінансового ринку, його поняття та сутність	183
Синиця А.О. Стан та перспективи інтернаціоналізації телепростору України	185
Федоренко Р.І. Державний борг України: тенденції, динаміка та фактори впливу	187
Чернобай М.О. Розвиток креативного сектору світової економіки	190
Кондратюк А.С. Теоретичні засади дослідження світового ринку туристичних послуг . .	193
Тихоненко Т.О. Структура міжнародної торгівлі товарами України та країн ЄС	196
Tserni T. The Marketing Management in International Hotel Industry	199
Єр'омін С.А. Національні політики щодо детінізації глобальної економіки	201
Абдуллаєва Е.Н. Дезінтеграційна криза в ЄС: передумови, форми та наслідки	204
Бабко А.В. Детінізація національних економік в міжнародній безпековій системі	207
Бубряк А.О. Оцінка ефективності механізмів регулювання дезінтеграційних кризових процесів ЄС	209
Виноградова К.К. Пандемія Covid-19 як каталізатор цифровізації світової економіки . .	212

Висоцька А.О. Стратегічні напрями ефективного співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями	214
Волошин Д.П. Детермінанти ризиків міжнародного інвестування у глобальному вимірі ...	217
Гринчук-Романов В.С. Світові офшорні зони та специфіка їх функціонування	219
Губенко О.Р. Дизайн розвитку глобального ринку платіжних систем	221
Закрутий Н.Д. Напрями використання світового досвіду регулювання платіжного балансу для України	224
Колбаса Є.В. Інституціоналізація глобального ринку криптовалют	226
Кресік Д.А. Інтелектуальний ресурс глобального економічного розвитку	229
Лаговська Д.О. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент реалізації цілей сталого розвитку	231
Малєцький Д.Р. Стимулювання автомобільних БНП до інновацій.....	234
Мацюк М.В. Детермінанти конкурентного лідерства мегаполісів та асиметрії їх розвитку	237
Назаренко А.В. Селективний характер імміграційної політики країн-членів Євросоюзу в умовах глобальної пандемії	239
Некрасова Ю.А. Формування криптовалютного сегменту глобального фінансового ринку	242
Оболенко І.С. Стратегічне партнерство України з Канадою	245
Попова В.Д. Інструментарій активізації участі України у науково-технологічному обміні.	247
Приходько Д.Б. Особливості міграційної політики країн Європейського Союзу.....	250
Резцов М.Д. Економічні імперативи глобальної трансформації світової економіки.....	253
Сапунов О.А. Розвиток конкурентних переваг України на світовому ринку агропродукції	256
Соломенна А. Напрями інтеграції України до енергетичного ринку Європейського Союзу	258
Херсонюк С.В. Структурні зміни світового ринку праці в умовах індустрії 4.0	260
Veronika Tumasova Motivational Strategy in Personnel Management	263
Висоцький Т.І. Сутність стратегічного партнерства країн у міжнародних економічних відносинах.....	267
Шаясюк К.С. Тренди розвитку міжнародного туризму	272
Андрійченко М.С. Корпоративні стратегії на світовому фармацевтичному ринку	275
Андрунін А.В. Сучасні тренди розвитку світового агропродовольчого ринку	278
Бакішев М.П. Особливості сучасної міграційної кризи в Європі	281
Бас Д.М. Проблеми та перспективи розвитку економічного співробітництва України та країн Азіатського регіону.....	284
Бевзюк Л.В. Глобальне конкурентне лідерство США	286
Бобровський М.Ю. Євроінтеграційний вектор конкурентного розвитку України.....	289
Букоємський О.С. Трансформація міжнародних потоків трудової міграції в сучасних умовах	292
Бурковський М.С. Потенціал блокчейн технологій у світових фінансових операціях.....	295
Задра Д. Ю. Роль диверсифікації у досягненні енергетичної безпеки держави.....	298
Золочевська А.В. Вплив діджиталізації на маркетингову діяльність міжнародної компанії PEPSICO.....	300
Козленко М.О. Глобальні тренди зеленого інвестування в контексті сталого розвитку	303
Коцюбенко О.В. Ресурсне забезпечення конкурентних позицій України на світовому аграрному ринку	306
Кудрявцева К.А. Структурна динаміка міжнародної торгівлі у глобальних умовах.....	308
Люлевич А.А. Детермінанти глобального лідерства компанії APPLEINC. на технологічному ринку	311
Мусієнко М.С. Розвиток європейської «зеленої» економіки: сучасні виклики	314
Осінська А.О. Міжнародна міграція в сучасних кризових процесах.....	317
Панчук С. А. Ресурси забезпечення міжнародної конкурентоспроможності національних компаній України в аграрному секторі.....	320
Петросова В.В. Національні політики детінізації економіки у глобальних умовах	322
Плаксина В.В. Вплив діджиталізації на розвиток економік: групування країн.....	324

Побережська А.І. Місце та перспективи креативного сектору України в світовій економіці.....	326
Самойленко Т.О. Напрямки співпраці країн великої двадцятки (G20) в сучасних умовах ..	328
Слободянюк А.Ю. Структурний аналіз ринку праці в Україні	332
Французова Д.А. Нові вектори розвитку європейської зеленої економіки.....	335
Худолій Н.Є. Стратегія розвитку розумних міст КНР	338
Цегельник.В.В. Україна у системі міжнародних логістичних мереж.....	341
Чайка В.В. Сталий розвиток як парадигма економічного зростання в умовах глобалізації. 344	
Шульга А.Г. Промислова політика країн в умовах цифровізації.....	347
Тофанчук І.В. Перспективи України у міжнародному ресурсно-технологічному інформаційному забезпеченні	349
Туглук А.В. Національні інтереси КНР в сучасних умовах розвитку.....	352
Цвітковський О.В. Розвиток інноваційних технологій як детермінант глобального лідерства США.....	354
Цернюк М.В. Трансформація міжнародної торгівлі як форми міжнародних економічних відносин в умовах діджиталізації.....	357
Чернишова Є.С. Аутсорсинг в корпоративних стратегіях сучасних багатонаціональних підприємств	359
Шемякін Є.О. Структурні зміни на світовому ринку праці в умовах глобалізації	362
Широкоступ А.О. Розвиток відновлюваної енергетики у контексті диверсифікації світового ринку енергоресурсів.....	364
Лецишин М.М. Міжнародний ринок страхування в умовах невизначеності	367
Боровик О.Р. Передумови та сценарії інтенсивного розвитку КНР	371
Велікова О.Г. Світова практика регулювання орендних операцій.....	373
Гончарук О.М. Поняття та особливості сутності внутрішнього аудиту в аспекті боргових цінних паперів	377
Грицишина Е.І. Характеристика глобальної конкурентоспроможності мегаполісів	379
Корабльова Я.С. Сучасний стан та аспекти реалізації стратегії розвитку міста Токіо	382
Синявська В.В. Офшорні центри як інструмент міжнародного податкового планування ..	384
Мельник Ф.Р. Новітній підхід у теорії офшоризації економіки	387
Бублик М.А. Становлення та розвиток столичних мегаполісів.....	390
Глоба І.В. Інструменти хеджування валютного ризику.....	392
Малічевська Л. В. Інвестиційна привабливість компанії та підходи до її оцінки	395
Надоліна А.В. Конкурентна диспозиція ТНК у глобальній економіці.....	397
Чемерська Т.Ф. ERP-системи: світовий досвід та стан в Україні.....	399
Гаркуша А.О. Світова практика регулювання обліку та аудиту оборотних активів	402
Андрійшина А.В. Проблеми та перспективи розвитку залізничного транспорту України в контексті міжнародної логістичної інтеграції.....	405
Білик А.В. Глобальні HR-тренди у розвитку бренду роботодавця міжнародної компанії ..	408
Бодунов Д.Р. Світова практика регулювання трансфертного ціноутворення	410
Вербіцький О.Ю. Пріоритети та переваги інтегрованого логістичного управління в сфері міжнародної торгівлі молочною продукцією	413
Габрушідзе А. Багатофакторна оцінка експортного потенціалу підприємств	416
Грабар Д.В. Глобальні тенденції мерчендайзингової діяльності на ринках FMCG	418
Данченко В.С. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України.....	421
Данькевич Б.О. Особливості та переваги розподільчих центрів «четвертого покоління» на прикладі компанії «Нова Пошта».....	424
Калійонджу М. Розвиток торговельно-економічного співробітництва Туреччини з Україною	427
Камінська Л.В. Особливості логістики на світовому ринку сільськогосподарської продукції під час пандемії COVID-19.....	428
Камсюк А.С. Проблема водозабезпечення та інтегроване управління водними ресурсами	431
Климків А.В. Інвестиційний маркетинг як детермінант інноваційного розвитку	433

Коновальченко А.В. Сталий маркетинг у міжнародному бізнесі	436
Кривошея Д. В. Напрями діджиталізації світового ринку аудиторських послуг	439
Лебедєв Р.Ю. Вплив пандемії коронавірусу на міжнародний ринок банківських послуг	442
Лобенко О.Ю. Цифровізація системи митного регулювання: міжнародний досвід Латвії ..	445
Максимчук Н.А. Роль МСП у глобальних процесах економічної інтеграції	448
Маліцький С.В. Напрями цифровізації системи митно-тарифного регулювання.....	451
Мамішов М.Б. Система КРІ логістики у сучасних умовах розвитку економіки	453
Матвєєва П.В. Тенденції та перспективи розвитку ринку алкогольних напоїв країн ЄС	456
Мошинська К.Р. Імплементация теорії соціального обміну в умовах пандемії COVID-19..	458
Мусієнко О. В. Світовий ринок маркетингових досліджень: стан та тенденції розвитку	460
Омелюк К.А. Динаміка розвитку глобального ринку електронної комерції.....	463
Первова І.А. Проблеми стратегічного планування FMCG продукції	465
Rylyriuk A. Modern Marketing Communications as Enhancers of International Competitiveness on Globally Integrated Markets	467
Подзігун С.О. Автоматизація розподільчої логістики у міжнародному бізнесі в контексті розвитку електронної комерції	470
Рунаєв А.І. Проблеми розвитку ринку медичного обладнання в Україні.....	473
Русняк М.І. Стратегії диверсифікації у міжнародній товарній політиці підприємств	475
Савіна Є.В. Сучасні тенденції розвитку світового автомобільного ринку як чинники глобальної економічної інтеграції.....	477
Сафронова Д.В. Формування та перспективи розвитку світового ринку HR-консалтингу..	481
Серко А.В. Міжнародний маркетинг в ІТ-секторі	483
Довгань Ю. Характеристика плану виходу на міжнародний ринок компанії з виробництва органічних добрив (біогумусу) «СМАРТ АГРО»	487
Скрипник Д.О. Експортна стратегія виходу компанії на зарубіжні ринки.....	489
Stepanova D R. Information Systems and Technologies to Support Integrated Supply Chain Planning.....	491
Stohniichuk Tetiana Elastic Logistics as a Tool for International Supply Chain Management Efficiency	494
Стоцька А.А. Компетенції діджитал маркетолога у глобальній економіці	496
Стояновська О.І. Глобальна інтеграція у цифрову епоху	498
Федотова В.Д. Особливості просування компаній сегменту B2B у соціальних мережах	501
Яворська В.Р. Стратегії виходу компаній на закордонні ринки гумово-технічних виробів	504
Яренко Г.С. Тенденції розвитку світового ІТ-сектору	507
Вернівський П.П. Кредитування як головний фактор ризику, що може спровокувати фінансову кризу	509
Мусієнко А.Д. Формування конкурентних переваг на основі податкової оптимізації в міжнародній діяльності підприємств і ТНК.....	512
Король Д.В. Розвиток міжнародного ринку авіаперевезень	516
Федоренко В.В. Глобальна диверсифікація ринків перевезень (на прикладі авіаційного транспорту).....	517
Соронович І.Є. Інвестиційна політика сучасних ТНК	520
Шевченко К.О. Тенденції розвитку міжнародних інтеграційних процесів в аграрному секторі..	523
Крукаускайте Д. Управління розвитком персоналу міжнародних корпорацій	526
Аріков І.І. State of the Venture Capital Indusrty, Trends and Predictions	528
Кутова Є.І. Механізм регулювання ринку природного газу ЄС	530
Садирбаєва С.Т. Modern development strategies of an international company Preply.....	534
Бондаренко М.А. Розвиток ринку медичного обладнання в Україні.....	538

СЦЕНАРІЙ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ

Уряди країн почали давати сміливі обіцянки щодо подолання економічних наслідків пандемії та планування відновлення бізнес середовища. Фіскальні стимули у відповідь на Covid-19 та щорічні інвестиції в низьковуглецеву енергетику необхідні для підтримки пом'якшення наслідків глобального потепління у відповідності з цілями Паризької угоди. Необхідно створювати робочі місця та стимулювати інновації за рахунок інвестицій у технології чистої та відновлюваної енергії, що безпечно для клімату.

Протягом останніх чотирьох десятиліть швидке зростання попиту на енергію у світі в основному задовольнялося за рахунок викопного палива. Нафта, вугілля, природний газ, гідроелектроенергія, ядерна енергія та відновлювані джерела енергії становили 33,6%, 27,2%, 23,9%, 6,8%, 4,4% та 4% світового споживання первинної енергії у 2018 році відповідно. З іншого боку, на викопне паливо припадало 84,7% світового споживання первинної енергії у 2018 році [1].

Глобальні соціальні, економічні, політичні, екологічні та технологічні зміни створюють принципово інший погляд на міжнародні енергетичні ринки. Очікується, що майбутнє буде характеризуватися революційним спадом попиту на нафту та сланцевий газ та зростанням попиту на відновлювані ресурси, швидким технологічним розвитком, меншим приростом населення, зростанням частки відновлюваних джерел енергії у світовому кошику первинної енергії, поширенням планів декарбонізації, зростанням урбанізації, зміною економічних та політичних блоків влади, зміною клімату та пов'язані з цим екологічними проблемами.

Економічне зростання є одним з основних чинників попиту на енергію. Більш високе економічне зростання, як правило, пов'язане з вищим попитом на енергію, а отже, і з необхідністю збільшення пропозиції.

Розвиток технологій у сфері відновлюваних джерел енергії призвів до значного збільшення її частки у всьому портфелі первинної енергії світу. Відновлювані джерела енергії сприяють скороченню викидів парникових газів

протягом наступних десятиліть. Частка відновлюваних джерел енергії у загальному споживанні первинної енергії у світі буде зростати з 9,5% у 2015 році до 63% у 2050 році[2].

Одним з найважливіших аспектів при вивченні глобального енергетичного ринку є тема трансформації цього ринку, а також основних проблем та тенденцій цих змін. Енергетична система в умовах глобалізації вимагає швидких, негайних і постійних змін. Для правильної реалізації цих змін розробляють різні енергетичні сценарії.

Енергетичні сценарії є корисним інструментом для експертів галузі, урядовців, наукових співробітників та широкої громадськості для прийняття ними політичних рішень, планування та інвестиційних рішень. Енергетичні прогнози мають певні відмінні характеристики порівняно з багатьма іншими галузевими прогнозами [3].

По-перше, енергія використовується у всіх галузях економіки. Наприклад, опалення, кондиціонування, заправлення автомобілів, запалювання світла в школах та лікарнях, або живлення комп'ютерів - усі ці види діяльності та багато інших потребують енергії в тій чи іншій формі.

По-друге, енергетична інфраструктура має тривалий термін служби. АЗС, електростанції, що працюють на вугіллі, лінії електропередач або установки для зрідження природного газу побудовані на тривалі десятиліття.

По-третє, енергія пов'язана взаємодією із Землею та людським середовищем як локально, так і глобально. CO₂, що виділяється при спалюванні викопного палива, витоки метану з систем природного газу, вплив на землю внаслідок великих проектів гідроенергетики та освоєння нафтових пісків, вплив на здоров'я від забруднення повітря - це лише деякі приклади впливу енергоспоживання.

Для стимулювання економічної активності та її суттєвого відновлення знадобляться інвестиції. Зосередження на декарбонізації енергетичного сектора, який наразі відповідає за приблизно дві третини викидів парникових газів у всій економіці першочерговий пріоритет, який зазначено у багатьох національних стратегії розвитку країн. Уряди відграватимуть ключову роль у мобілізації

приватних інвестицій, спрямовуючи стимули у спеціальні механізми державного фінансування.

Список літератури:

1. BP Statistical Review of World Energy 2019 | 68th edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2019-full-report.pdf>
2. The role of renewable energy in the global energy transformation [Електронний ресурс]. – ScienceDirect – Режим доступу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211467X19300082>
3. Програма переходу на чисту енергію [Електронний ресурс] ІЕА - Режим доступу: <https://www.iea.org/areas-of-work/programmes-and-partnerships/clean-energy-transitions-programme>

Шмирко Б.О.

ДІЯЛЬНІСТЬ ТНК В УМОВАХ НЕРІВНОМІРНОСТІ СВІТОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Актуальність проблеми щодо діяльності транснаціональних корпорацій зумовлена тим, що у сьогоdnішньому глобальному економічному середовищі корпорації визначають напрям глобальної економіки, впливають на посилення інтеграційних процесів, підвищення динамізму конкуренції та поглиблення взаємодії відтворювальних структур різних країн. В умовах посилення загальної гуманітарної спрямованості економічного розвитку відбувається поступова соціалізація бізнесу, який стає вирішенням ключових соціальних проблем, перетворюючись в повноправного і відповідального суб'єкта соціальної політики.

Базові питання корпоративних відносин, їх правові аспекти, сутність господарських товариств корпоративного типу, проблеми управління корпоративними фінансами досліджували вчені – економісти, такі, як: Бланк І. О., Брейлі Р., Брігхем Е. Ф., Євтушевський В. А., Задихайло Д. В., Суторміна В. М., Терещенко О. О. та інші.

Транснаціональні корпорації мають спільні якості з багатонаціональними корпораціями, тонка різниця полягає в тому, що транснаціональні корпорації складаються з централізованої структури управління, тоді як транснаціональні корпорації, як правило, децентралізовані, з багатьма базами в різних країнах, де працює корпорація [1]. У той час як традиційні багатонаціональні корпорації є

національними компаніями з іноземними дочірніми компаніями, транснаціональні корпорації розповсюджують свою діяльність у багатьох країнах для підтримки високого рівня місцевої економічної традиції [2; 3].

Корпорація – це юридичне об'єднання з певними економічними цілями, що передбачає пайову участь власників, правовий статус і правоздатність якої визначається місцем її створення. Термін корпорація застосовується як синонім терміну акціонерне товариство, яке має свою організаційну структуру, наділену певними функціями управління.

Корпорації формують нову глобальну та інтегровану економіку, адже ТНК не мають чітких кордонів щодо своєї діяльності. З одного боку вони сприяють ефективному економічному росту, але з іншого можуть підпорядковувати своїм інтересам національні інтереси держав.

Для отримання максимальної вигоди від присутності в економіці приймаючої країни іноземних компаній, першорядне значення має наявність здорового, організованого сприятливого середовища, що заохочує як внутрішні, так і іноземні інвестиції, впровадження інновацій та підвищення кваліфікації – все це сприяє конкуренції між компаніями.

Країна, яка має вразливу правову базу в цілому та законодавчу систему, яка забезпечує правове регулювання як сфера конкуренції і в галузі екології, то однієї присутності сильних у фінансовому відношенні іноземних компаній для стимулювання економічного розвитку країни може виявитися недостатньо.

Важливий аспект впливу ТНК щодо національної економіки - це прагнення корпорацій для скорочення витрат, а саме шляхом зменшення витрат на оплату праці та пов'язаних із цим витрат із забезпеченням безпеки на робочому місці та екологічне виробництво. Позитивні аспекти включають створення додаткових робочих місць, доступ до технології, обміну досвідом.

Отже, діяльність ТНК має вагомий вплив на соціально-економічні та політичні процеси у світі та виступає структурним елементом економіки більшості країн. Провідні позиції розвинених країн базуються насамперед на величезному впливі транснаціональних корпорацій на економіки окремих країн.

Враховуючи масштабність та силу діяльності ТНК, можна зробити висновок, що стабільний розвиток економіки окремої країни в умовах сучасного світового економічного розвитку супроводжуватиметься взаємодією з корпораціями.

Список літератури:

1. Адаманова З. О. Инновационные стратегии экономического развития в условиях глобализации: монография / З. О. Адаманова. – Симферополь КРИМУЧПЕДГИХ, 2005. – 504 с.
2. Бакунова Н. В. «Корпорация», «корпоративное управление»: подходы к трактовке сущности категорий / Н. В. Бакунова, Н. В. Мухаровский // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2011. – № 3. – С. 46-51.
3. Барановський О. І. Сутність і різновиди фінансових криз / О. І. Барановський // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 3 – 20.

Титаренко А. А.

СУЧАСНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В умовах глобалізації одним з основних критеріїв, який визначає позиції підприємства в міжнародному економічному середовищі, є його конкурентоспроможність. Лідерські позиції відвойовують підприємства, які можуть протистояти глобальній конкуренції на національних та світовому ринках.

На сьогодні в результаті економічної глобалізації змінилась концепція розвитку конкуренції з промислової на інформаційну, споживчі очікування також трансформувалися. Глобалізація ринків посилює конкуренцію між виробниками та змушує управлінців до пошуку нових шляхів підвищення технологічного рівня та якості продукції, підтримання конкурентоспроможності організації цілому. Також в процесі економічної глобалізації підприємству необхідно враховувати культурні, соціальні, екологічні особливості окремо взятої країни чи регіону.

Дослідження питань економічного лідерства проблем управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах глобалізації відображаються в наукових працях відомих економістів, серед яких Г. Азоев, І. Ансофф, Л. Антонюк, Г. Ассель, В. Білошапка, А. Бревнов, А. Градов, Ф. Котлер,

О. Кузьмін, А. Курно, Д. Лук'яненко, Ю. Лупенко, П. Макаренко, О. Мельник, Г. Минцберг, М. Місюк, Н. Мойсеєва, М. Портер, А. Поручник, Ф. Тейлор, А. Сміт.

Проте на сучасному етапі залишаються актуальними питання загальнення теоретичних підходів щодо управління конкурентоспроможністю підприємства та визначення орієнтирів для її підвищення в умовах глобалізації.

Конкурентоспроможність підприємства є комплексною категорією, яка показує сукупність порівняльних переваг у різних сферах, поєднання яких формує для підприємства більш стійкі позиції на певному ринку у відповідний проміжок часу у порівнянні з визначеними конкурентами. Конкурентоспроможність підприємства формується завдяки ефективному використанню виробничого, маркетингового, фінансового, науково-технічного, інноваційного, кадрового, майнового потенціалу, а також завдяки гнучкому пристосуванню до змін середовища і функціонуванню в ньому, а часто – завдяки випередженню цих змін. [1]

Сучасні тенденції економічної глобалізації висувають все жорсткіші вимоги до підприємств різних видів економічної діяльності, що зумовлює посилення конкуренції на національних та міжнародних ринках. У таких умовах на підприємствах виникає необхідність у побудові якісних систем управління конкурентоспроможністю, невід'ємними складовими яких є функції планування та діагностики.

Необхідно розуміти, що формування конкурентних переваг є можливим лише за умов знання ключових факторів успіху в обраних для діяльності галузево-ринкових сегментах світового господарства та факторів конкурентоспроможності наявних там конкурентів. Встановлення конкурентної переваги відбуваються в процесі порівняння факторів конкурентоспроможності компанії з бажаними або необхідними для певної галузі факторами конкурентоспроможності, наявними чи можливими в інших компаніях, які діють у цьому галузево-ринковому сегменті.

Досягнення й утримання конкурентних переваг підприємством потребує побудови ефективної збутової та логістичної інфраструктури, формування

налагодженої системи управління, вибору оптимальних конкурентних стратегій та цілей розвитку, які б встановлювали чіткі орієнтири на перспективу та допомагали суб'єкту господарювання досягти довгострокових конкурентних переваг.

Одним із ключових інструментів удосконалення діяльності підприємства, якими на сьогодні користуються провідні компанії світу, є підвищення платоспроможності підприємства та оптимізація його витрат, а також розширення асортименту продукції, використання технологічних інновацій. Важливими чинниками конкурентоспроможності підприємства є:

- 1) реалізація інноваційної діяльності підприємства, що забезпечує ефективне використання виробничих ресурсів і підвищує ступінь адаптованості суб'єкта господарської діяльності до зовнішнього середовища,
- 2) постійна трансформація у відповідь на зміни у міжнародному маркетинговому середовищі,
- 3) прогнозування потреб світового ринку з передбаченням попиту і розширенням його можливостей щодо виходу на нові ринки продукції,
- 4) створення умов його довгострокової економічної стабільності. [3]

Для підвищення конкурентоспроможності підприємству необхідно обрати свою стратегію; вибір тієї чи іншої стратегії необхідно поєднувати з комплексом управлінських заходів, які дозволять стати підприємству конкурентоспроможним. [2].

Отже, сучасна парадигма управління конкурентоспроможністю підприємства формується навколо конкурентної боротьби за майбутнє з урахуванням новітніх тенденцій глобалізації ринків та завдяки забезпеченню успішного функціонування у стратегічній перспективі відповідно до встановлених цілей, що потребує нових засад глобального мислення.

Список літератури:

1. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика / Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. - ІФНТУНГ, 2011. – 14 с.
2. Мартиняк І. О. Формування кластерної політики як механізму вдосконалення інфраструктури функціонування малого і середнього інноваційного бізнесу в регіоні / І. О. Мартиняк // Регіональна економіка. — 2008. — № 4. — С. 54—62.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. // Економічна думка, 2008. – 350 с.

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У СВІТОВОМУ АВТОБУДІВНОМУ СЕКТОРІ

Автомобільна промисловість стикається з новими та нагальними проблемами. Глобалізація, індивідуалізація, цифровізація та посилення конкуренції тиснуть на розвиток галузі. Окрім цього, зростаючі вимоги безпеки та добровільні екологічні зобов'язання з боку автомобільної промисловості також вносять корективи у стратегії розвитку автовиробників. У майбутньому процвітатимуть лише ті компанії, які знайдуть нові способи створення цінності. Світова автомобільна промисловість перебуває під впливом численних факторів, які ускладнюють конкуренцію виробників автомобілів. Більшість із цих факторів тісно взаємопов'язані між собою.

Автомобільна промисловість стикається з глибокою невизначеністю в складних і неоднозначних умовах. Сучасна структура світової автомобільної промисловості характеризується торговими війнами, зміцненням позицій нових конкурентів з країн, що розвиваються, та потенційних учасників з інших секторів, які змагаються за подолання постійних змін парадигми: підключення, автономія, спільне використання та електрифікація (на що посиляється акронім CASE, створений Daimler у 2016 році)[1].

Усі ці нові виклики (соціальні, екологічні, технологічні та геополітичні) обумовлюють формування нових сценаріїв: хоча вони можуть спричинити величезні витрати з точки зору змін у виробництві, вони також можуть відновити конкурентоспроможність даного сектору.

Значні соціально-економічні шоки, обумовлені пандемією COVID-19, додали ще більше невизначеності, вплив якої на автомобільний сектор був значним, хоча і різним для різних виробників та країн. Уряди запровадили політику, спрямовану на підтримання конкурентних переваг своїх галузей, намагаючись вплинути на географічний розподіл виробництва[1].

Провідним фактором, що впливає на розвиток автомобілебудівних компаній, є глобалізація, яка сприяє розширенню ринків збуту, але також збільшує загрозу

нових учасників або посилення конкуренції на традиційних ринках. Все більша диверсифікація моделей поведінки споживачів обумовлює те, що вони все менше схильні до сприйняття стандартизованої продукції, бажаючи отримати товари і послуги, які максимально відповідають їхнім індивідуальним вимогам. Таким чином, цільові групи споживачів повинні зменшуватися компаніями, щоб клієнти були залучені пропонованими продуктами. Однак через посилення глобальної конкуренції з сильнішим акцентом на ціну, а не на лояльність до бренду, споживачі, як правило, не винагороджують компанії за їх більш індивідуальні товари.

В результаті дії цих та інших факторів у виробників автомобілів виникають нові вимоги до сфери їх діяльності, а саме:

- прискорена модифікація та диверсифікація товарного асортименту: компаніям потрібно скоротити життєвий цикл товару, щоб реагувати на очікування індивідуалізації та швидкозмінних потреб споживачів за допомогою інноваційних продуктів. Раніше середній життєвий цикл товару в автомобільній промисловості становив вісім років, сьогодні ж життєвий цикл набагато коротший, або, принаймні, дизайн продукту часто змінюється вже через два-три роки на ринку. Зважаючи на те, що витрати на розробку нової моделі залишаються на тому ж рівні або навіть зростають, це одночасно означає скорочення часу амортизації для OEM та, можливо, зниження прибутку[2];

- упровадження цифрових технологій у виробництво автомобілів: інтеграція апаратного та програмного забезпечення в автомобілі являє собою переважний прискорювач збільшення функціональності в поєднанні зі збільшенням складності. Це часто призводить до перевантаження підрозділів з розробки автомобілів, зростання вартості гарантійних витрат тощо;

- зростання рівня інноваційності виробництва: дослідні підрозділи автовиробників не просто переобтяжені складністю цифрових технологій, але й скороченням життєвого циклу продукції. Іншим аспектом є збільшення кількості проектів, які розробляються паралельно, оскільки компанії розробляють все більше нішевих моделей для спеціальних цільових груп. Це, безумовно, вимагає

використання нових методів розробки, таких як віртуальна реальність. Наприклад, ця техніка дозволила BMW скоротити час розробки своєї моделі Z4 лише до 30 місяців[2].

В перспективі Азійсько-Тихоокеанський регіон очолить світовий автомобільний ринок завдяки дотриманню жорстких урядових норм, які стосуються безпеки пасажирських автомобілів, зміни потреб споживачів та зростаючого попиту на електричні та гібридні транспортні засоби. Крім того, збільшення схильності клієнтів до транспортних засобів, що не забруднюють навколишнє середовище, та присутність основних виробників автомобілів стимулюватиме ринковий попит у регіоні. Водночас, Північна Америка та Європа утримуватимуть провідні сегменти світового автомобільного ринку, і, можливо, відновлять зростання доходів завдяки випуску напівавтономних моделей автомобілів, підвищенню безпеки пасажирів, інтеграції передових продуктів у автомобілі та зростаючій кількості МСП в автомобільній промисловості. Зростаюча кількість державних ініціатив, модернізація технологічного розвитку та збільшення технологічних інвестицій у розвиток автомобільного сектору в країнах, що розвиваються, будуть стимулювати загальний попит[3]. За експертними оцінками, випуск світової автомобільної промисловості до 2024 року сягне 114 млн автомобілів. При цьому, на сегмент легкових автомобілів припадає переважна частка ринку – 75,09% у 2017 році[4].

Проведений аналіз свідчить, що автобудівний сектор трансформується та зростає досить швидкими темпами, які зберігатимуться, або навіть прискоряться у період з 2021 по 2024 рік.

Список літератури:

1. Jorge CarretoSanginés. The Future of the Automotive Industry: Dangerous Challenges or New Life for a Saturated Market? [Електроннийресурс] / * Jorge CarretoSanginés, Margherita Russo // Institute for New Economic Thinking. – 2020. – Режимдоступудоресурсу: https://www.ineteconomics.org/uploads/papers/WP_141-simonazzi-carreto-russo.pdf.
2. Sumit Jain. Business Competitiveness: Strategies for Automobile Industry [Електроннийресурс] / Sumit Jain, Dr.R.K.Garg // Conference on Global Competition & Competitiveness of Indian Corporate – Режимдоступудоресурсу: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.630.3823&rep=rep1&type=pdf>.
3. Global Automotive Pillar Market - Growth Trends, Key Players, Competitive Strategies and Forecasts (2018 to 2027) [Електроннийресурс] // ResearchAndMarkets.com. – 2020. – Режимдоступудоресурсу: <https://www.businesswire.com/news/home/20200317005404/en/Global->

[Automotive-Pillar-Market---Growth-Trends-Key-Players-Competitive-Strategies-and-Forecasts-2018-to-2027---ResearchAndMarkets.com.](https://www.researchandmarkets.com/43443958/automotive-industry-share-size-2021-global-comprehensive-research-study-trends-value-development-status-opportunities-future-plans-competitive)

4. Automotive Industry Share ,Size 2021 Global Comprehensive Research Study, Trends, Value, Development Status, Opportunities, Future Plans, Competitive Landscape and Growth by Forecast 2024 [Електронний ресурс] // Market Reports World. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.thecowboychannel.com/story/43443958/automotive-industry-share-size-2021-global-comprehensive-research-study-trends-value-development-status-opportunities-future-plans-competitive>.

Гаврищук К.О.

СУЧАСНА СТРУКТУРА І ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ТОВАРІВ

Світова фармацевтика займає важливе місце у світовій економіці, що характеризується не лише складною структурою та специфікою інноваційних процесів, а й високою інвестиційною привабливістю та досить великою кількістю робочих місць як у виробництві, так і в розробці нових препаратів. Слід зазначити, що фармацевтична промисловість залишається ключовим фактором розвитку економіки багатьох європейських країн і є однією з найбільш наукомістких галузей економіки, яка пов'язана з високотехнологічними виробничими процесами [1]. Крім того, слід наголосити, що фармацевтичний ринок – один з найбільших у світовому ринку товарів і послуг.

За оцінками експертів, вартість світової фармацевтичної індустрії у 2020 році становила 1,12 трильйона доларів США, а за прогнозами, до 2023 року вона досягне 1,57 трильйона доларів США. Спостерігається позитивна динаміка середньорічного зростання на 6%, зокрема, за рахунок збільшення виробництва протипухлинних, протидіабетичних та протиревматичних препаратів на 12% на рік [1].

Вплив доходів і прибутків фармацевтичного сектору на ВВП зростає. Загальний обсяг продажів на кінець 2019 року склав понад 2 трильйони доларів США – близько 1,4% світового ВВП. Глобальні продажі експортованих ліків у 116 країн обійшлися в 392,9 млрд доларів США. При цьому зайнятість населення у фармацевтичній промисловості становила 4,4 млн осіб – 0,1% працездатного населення планети [1].

Необхідно відзначити масштаби інвестицій у наукові дослідження, які перевищують 150 мільярдів доларів США, при цьому 20% доходу ринку

припадає на розвиток науково-дослідних центрів, в результаті чого на світовий ринок щодня надходить понад 30 нових препаратів в рік [1].

Сучасна фармацевтична промисловість переживає масштабне оновлення. На сьогодні, галузь зараз зазнає швидких змін через появу нових технологій та розробок. Основні тенденції фармацевтичної промисловості включають штучний інтелект (ШІ), адитивне виробництво, блокчейн та інші технології Індустрії 4.0. Збільшення інвестицій, зростання технологічних стартапів і закінчення терміну дії кількох ключових патентів, а також зростання міжорганізаційної співпраці та сприятливого регуляторного середовища стимулюють інновації в тенденціях фармацевтичної галузі [2].

Найбільш визначними проблемами, які впливають на тенденції у фармацевтичній промисловості, є:

Зростання цін

Виробляти нові ліки стає все важче і дорожче. Останні дослідження показують, що середня вартість розробки та виведення на ринок нового рецептурного препарату становить 985,3 мільйона доларів [3].

Зниження попиту на ліки, що відпускаються за рецептом

Дорогі ліки недоступні багатьом домогосподарствам із низьким і середнім рівнем доходу. З іншого боку, системи охорони здоров'я та недорогі технології стають доступнішими для широкого загалу.

Втрата ексклюзивності

Зростання застосування біоподібних препаратів у США та Європі є однією з сучасних тенденцій у фармацевтичній промисловості. Ці медичні продукти не мають клінічно значущих відмінностей від уже схваленої біомедицини. Як наслідок, їх дешевше розробляти, а отже, і коштують вони дешевше, ніж ліки іменних брендів [3].

Загрози кібербезпеці

Технологічний прогрес і цифровізація мають свої негативні сторони для сфери охорони здоров'я. Загрози кібербезпеці залишаються однією з найпоширеніших проблем для галузі [3].

Якщо розглядати сучасні тренди на світовому ринку фармацевтичних засобів, слід зазначити наступні:

Штучний інтелект

Використання штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання прискорює процеси відкриття та розробки ліків.

Дані та аналітика

Великі обсяги даних, доступні протягом процесу відкриття та розробки ліків, вимагають високопродуктивних систем для належного аналізу даних та отримання з них користі. Розвиток аналітичних методів також перетворює та дані у цінні активи для прогнозої, діагностичної, директивної та описової аналітики [2].

Гнучкість виробництва

Фармацевтична промисловість вивчає нові способи виробництва через мінливу динаміку ринку. Технологія одноразового використання набирає популярності, оскільки вона скорочує час простою та підвищує продуктивність, усуваючи складні етапи, такі як очищення та перевірка між окремими етапами виробництва [2].

Збільшення фармацевтичного ринку певною мірою пов'язане зі зростанням та старінням населення на ключових ринках збуту. Відповідно до WorldPopulationProspects від Організації Об'єднаних Націй, населення світу, ймовірно, перевищить 9,3 мільярда до 2050 року, і очікується, що близько 21% цього населення будуть віком від 60 років і старше. Зростання купівельної спроможності та доступу до якісної медичної допомоги та фармацевтичних препаратів для бідних та середнього класу сімей у всьому світі також є рушійною силою зростання світової фармацевтичної промисловості [4].

Список літератури:

1. Officialwebsiteof SK Farmacy. Globalpharmaceuticalindustryrends. URL: https://sk-pharmacy.kz/eng/press-center/smi_o_nas/tendenczii-mirovoj-farmindustrii
2. OfficialwebsiteofStartUs. Top 10 PharmaIndustryTrends&Innovationsin 2021. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/top-10-pharma-industry-trends-innovations-in-2021/>

3. Офіційний сайтAvenga. PharmaceuticalIndustryin 2021: Top 11 PharmaTrends. URL: <https://www.avenga.com/magazine/pharmaceutical-industry-trends/>
4. Офіційний сайтReportLinker. GlobalPharmaceuticalsIndustryAnalysisandTrends 2023. URL: https://www.reportlinker.com/p05750669/Global-Pharmaceuticals-Industry-Analysis-and-Trends.html?utm_source=GNW

Нечиталюк А.С.

НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Технічний прогрес є запорукою економічного зростання і сталого розвитку, зачіпаючи всі цілі в галузі сталого розвитку. Разом з тим існує два фактори, які можуть зменшувати його потенційний вплив на реалізацію Порядку денного в галузі сталого розвитку на період до 2030 року.

По-перше, швидкі технічні зміни, що відбуваються в багатьох областях передових технологій, включаючи штучний інтелект, нанотехнології та інші, не завжди перетинаються з досягненням цілей в галузі сталого розвитку. Порядок денний на період до 2030 року вимагає економічних, соціальних і екологічних перетворень, які неможливі без проривних інновацій. Наприклад, пом'якшення наслідків зміни клімату для обмеження потепління межами в 1,5°C вимагає скорочення попиту на енергію і викиди в сільському господарстві, а також видалення вуглекислого газу за допомогою накопичення вуглецю на землі. Для здійснення цих перетворень швидкий технічний прогрес необхідний.

По-друге, навіть коли прискорення технічного прогресу перетинається з досягненням цілей в галузі сталого розвитку, спочатку воно може поглиблювати нерівність. Справа в тому, що пожинати плоди технічного прогресу одночасно можуть не всі. Відсутність рівності обмежує доступ до продуктів і послуг, заснованих на передових технологіях, посилюючи вже існуючі нерівності. Щоб уникнути цього, урядам необхідно забезпечити можливість використання передових технологій для більшості людей.

США посідає провідні позиції в світі за ключовими показниками, які характеризують як рівень економічного розвитку, так і позиції країни в

світогосподарських зв'язках. Але, оскільки світ стає все більш поліцентричним, позиції США вже не є настільки безумовно домінуючими.

Про рівень економічного розвитку країни багато говорить стан її науково-технічного потенціалу. У цьому питанні США утримують безумовне лідерство як за масштабами цього потенціалу, так і за його результативністю. У 2020 році на частку США припадало 25,2% всіх світових інвестицій в науку. Абсолютні розміри витрат на НДДКР США склали 580,2 млрд. доларів. При цьому близько 40% всіх витрат на НДДКР освоюється в приватному промисловому секторі економіки і націлене на створення інновацій. В результаті з 12 найбільш важливих світових технологій США, за оцінкою експертів, є лідерами в 11. Це створення нових матеріалів, сільськогосподарські, космічні, інформаційні, енергетичні, комунікаційні, природоохоронні, наукові технології, технології в сфері охорони здоров'я, військові технології, фармацевтика і біотехнології.

Важливим показником, що відображає позиції країни в області науки і інновацій, є так званий глобальний інноваційний індекс. У 2020 року в рейтингу країн за ступенем інноваційної активності США знаходилися на третьому місці, поступаючись Швейцарії і Швеції. В області науково-технічного потенціалу США забезпечили собі довгострокові переваги. Це знаходить своє відображення не тільки в витратах на НДДКР, а й в їх позиціях за провідними технологіями. Висока результативність наукових досліджень проявляється в таких показниках, як кількість і частка престижних наукових премій, цитування наукових статей в загальному обсязі світової наукової продукції. За даними на 2019 рік, на частку США довелося близько 50% всіх Нобелівських премій в галузі науки і 40% всіх лауреатів.

За показниками посирань і числу публікацій США теж серед країн-лідерів: на їх частку припадає близько третини всіх публікацій і цитувань. Нарешті, за таким надзвичайно важливим показником результативності науки, як кількість патентів, США займають друге місце в світі.

Величезний внесок у формування науково-технічного потенціалу країни забезпечує система вищої освіти, перш за все так звані дослідницькі

університети. За всіма основними міжнародними рейтингами американські університети зберігають провідні позиції.

Безсумнівно, такі університети, як Гарвард, Масачусетський технологічний інститут, Стенфорд, Колумбійський, Принстон, Берклі, Пенсільванський, Єльський університет, Університет Дюка, Університет Д. Хопкінса та ін., стали світовими науково-освітніми брендами і багато в чому визначають технологічний потенціал не тільки США, але і всього світу.

Серед інших країн є не так багато університетів, що входять в першу десятку провідних світових університетів, наприклад британські Оксфорд і Кембридж, Імперський коледж Лондона, Швейцарський федеральний технологічний інститут Цюріху і ряд інших. Але, в освітніх стандартах тон задають американські університети. Крім цього, в США є ще велика кількість державних лабораторій та інститутів, що працюють в рамках різних міністерств і відомств, що здійснюють чималий внесок у формування науково-технічного потенціалу країни.

Таким чином, науково-технічний потенціал, будучи однією з головних економічних конкурентних переваг США, одночасно є одним з провідних показників рівня економіки країни.

Список літератури:

1. 2021 Global R&D Funding Forecast released. URL: <https://www.rdworldonline.com/2021-global-rd-funding-forecast-released/>,
2. CWUR-World University Ranking 2019-2020 // <http://cwur.org/2019-2020.php>;
3. Dillinger Jessica. Nobel Prize Winners by Country // World Atlas. Oct. 23, 2019 // <http://www.worldatlas.com/articles/top-30-countries-with-nobel-prize-winners.html>
4. Global Innovation Index 2020. // https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf
5. World Intellectual Property Indicators 2019. Patents // wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo/_pub_941_2019_chapter1.pdf
6. World Intellectual Property Indicators 2019. Trademarks. Highlights // wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2019_chapter2.pdf

Суровцева Д.С.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ КРЕАТИВІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Економічний розвиток – це процес, завдяки якому покращується загальна освіта, добробут, здоров'я, рівень доходу та рівень життя населення. Тут

економіка поступово зростатиме, змінюватиметься та розвиватиметься[4]. Економічний розвиток є пріоритетом місцевого, державного та національного урядів, оскільки він призведе до вдосконалення інновацій та нових ідей, створення робочих місць, покращення бізнес-середовища, а також покращення якості життя. А. Сен називає економічний розвиток «створенням свободи для людей та усуненням перешкод на шляху до більшої свободи»[2,с.380].

Термін креативних індустрій стає все більш розповсюдженим, але країни мають різні підходи до їхнього визначення. Спроби запровадити міжнародний стандарт тривають, проте цілком не досягнуто.

Так, в Законі України «Про культуру» міститься наступне визначення креативних індустрій: «Креативні індустрії – це види економічної діяльності, мета котрих полягає у створенні доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) і/або креативне вираження» [5].

Британським міністерством культури, медіа і спорту визначено креативні індустрії як: «такі індустрії, котрі походять із індивідуальної креативності, уміння та таланту, та котрі мають потенціал до багатства та створення робочих місць через генерування й використання інтелектуальної власності» [6].

ЮНЕСКО визначено креативні індустрії як індустрії, метою котрих є «створення, виробництво та комерціалізація творчих (креативних) змістів, що є нематеріальними та культурними за своєю природою. Дані змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності й вони можуть набувати форму продукту або послуги» [7].

Активна розробка концепції креативних індустрій пов'язана з поступовим усвідомленням на політичному рівні ролі культурного капіталу в економічному розвитку, зростанням уваги соціологів і філософів до проблеми сфер культури і економіки.

Важливим моментом є розгляд креативних індустрій у контексті розвитку інформаційного суспільства, оскільки сьогодні вони все більше функціонують на основі інформаційних і комунікаційних технологій, отже в період переходу від

інформаційної до креативної економіки, як зазначає Ш. Вентуреллі, у суспільстві змінюються економічні цінності, і саме в умовах креативної економіки головним ресурсом успішності стають інтелектуальні та творчі ідеї, що виявляються у різних формах інформаційних повідомлень [8].

Основними особливостями креативізації економічного розвитку є такі:

- безперервність процесу: кожна економіка, намагається запровадити економічні плани та програми економічного зростання та економічного розвитку. Це не разова угода, а тривалий процес на тривалий термін, оскільки він призведе до кращого використання фінансових та людських ресурсів, збільшення попиту та пропозиції товарів та послуг, покращення якості життя та зростання національного доходу;

- зростання національного доходу: важливою характеристикою економічного розвитку є те, що це допоможе збільшити дохід на душу населення, що призведе до збільшення національного доходу;

- покращення рівня життя: зростання доходу на душу населення призведе до зростання купівельної спроможності. Важливою характеристикою економічного розвитку є те, що краще споживання продуктів та послуг відбиватиметься на поліпшенні якості життя, зростаючій економіці, розширенні галузі бізнесу та поліпшенні рівня життя людей;

- структурні зміни: важливою характеристикою економічного розвитку є те, що цей процес сприятиме структурним змінам та розширюватиме можливості від сільського господарства до виробництва та сфери послуг. Були часи, коли сільське господарство було домінуючим заняттям у країні, що розвивається, але з новими робочими місцями та можливостями у бізнесі його замінив сектор послуг, який складає більше половини загального національного доходу [1, с.528].

Процес креативізації економіки полягає в створенні специфічних інституцій, найвагомішими функціями котрих є:

- Комерціалізація культурних інституцій;
- Підтримка створення культурних й креативних продуктів;
- Допомога в захисті прав інтелектуальної власності;

- юридична й адміністративна підтримка творчих бізнесів;
- збільшення бізнес-спроможності наявних творчих середовищ;
- створення фізичних просторів задля розвитку креативних бізнесів;
- проведення навчань для творчих бізнесів й підприємців [9].

Головними учасниками креативізації є бізнес-інкубатори, культурні інституції, агенції місцевого економічного розвитку, органи державної влади (департаменти культури економіки), центри підтримки креативних індустрій, креативний клас й представники креативного бізнесу.

Індикаторами успішної креативізації слід вважати показники збільшення конкурентоспроможності діючих бізнесів, ріст надходжень до місцевого бюджету, підвищення якості життя на території присутності, зниження відтоку талантів, підвищення привабливості території присутності, збільшення туристичної активності на території присутності, підвищення якості культурного життя.

На сьогоднішній день креативні індустрії є динамічним й високоприбутковим сектором світової економіки. Реалізація концепції креативної економіки як на національному, так й на міжнародному рівні відкриває нові горизонти соціально-економічного прогресу.

Узагальнюючим визначенням поняття креативної індустрії може бути їхнє трактування як нового, динамічного, трансформаційного й транскордонного (перехрестя третинного та четвертинного) сектору сучасної економіки, що базується на реалізації креативного капіталу (синергійне поєднання людського, культурного, соціального й інституційного капіталу) на мікро- і макро- й глобальному рівнях.

Список літератури:

1. Давимука С., Федулова Л. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України», 2017. 528 с.
2. Флорида Р. *Homocreativus*. Як новий клас завойовує світ. Київ: Наш Формат, 2018. 380 с.
3. Ідеологеми формування і розвитку креативного маркетингу організацій. URL: <https://msd.in.ua/ideologemiformuvannya-i-rozvitku-kreativnogo-marketingu-organizacij> (дата звернення: 19.03.2019).
4. Культурні індустрії в сучасному місті. URL: <http://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/nova-rol-mist/kulturni-industriiv-suchasnomu-misti> (дата звернення: 14.02.2019)

5. Про культуру: Закон України від 14 грудня 2010 року № 2778-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення 20.10.2021).
6. Британський департамент культури, медіа і спорту URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport> (дата звернення 20.10.2021).
7. ЮНЕСКО URL: <https://ru.unesco.org/about-us/introducing-unesco> (дата звернення 20.10.2021).
8. ВентурелліШ. Від інформаційної економіки до креативної економіки: переміщення культури до центру міжнародної громадської політики URL: <http://culturalpolicy.org/pdf/venturelli.pdf> (дата звернення 20.10.2021).
9. Лук'яненко Д., Галахова Т. Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту. URL: [Nvdau_2016_23\(3\)_4.pdf](#) (дата звернення: 25.10.2021)

Daria Pivtorak

BUSINESS STRATEGY DEVELOPMENT

A business strategy is a description of actions and decisions which company plans to take to achieve its goals. A business strategy determines what a company needs to do to achieve its goals, which can help manage the decision-making process regarding coordination of all the resources. Business strategy helps different departments to work together and provides support for the department's decisions in the overall direction of the company. [1]

Business strategy is a strategy of business units (SBU), which is aimed directly at specific competitive advantages in a specific sphere of organizational activity.

The main components of business strategy are shown in the chart 1.

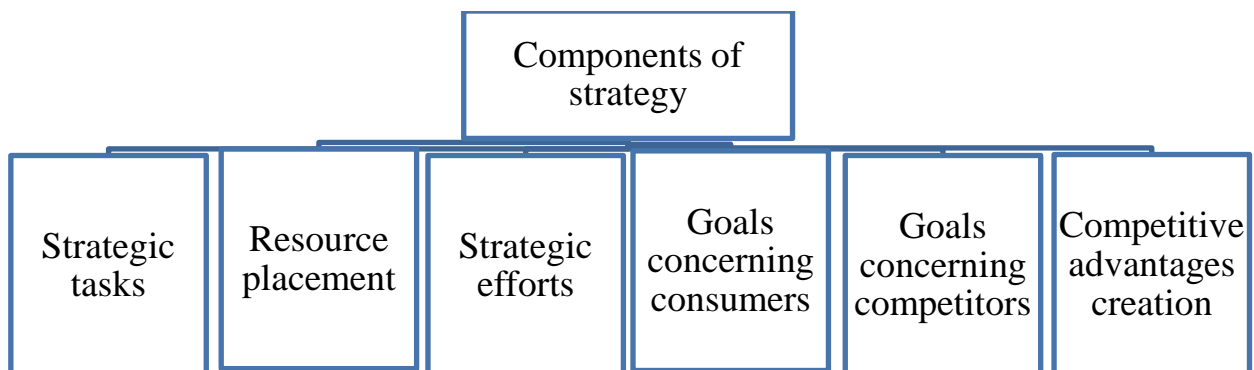


Chart 1 Components of strategy

Source: developed by the author based on [2]

Strategic objectives of the company's independent divisions are part of the corporate planning process. Tasks that need to be addressed at the level of individual SBUs can be different: growth, preservation of the existing situation, use source of income, withdrawal of previously invested funds, the creation of new business.

Six main valuable components of business strategy are known. They contain [3]:

1. Business goals and business vision - A business strategy is all about helping to achieve their business goals. you can make clear guidelines for what needs to be done in your business strategy and who is responsible for performing each step with a clear business vision.

2. Core values - Business strategy makes managers and core departments take decisions on what the business should and shouldn't do, according to the core values of the organization. Core values help stay ll the departments with the same goals.

3. SWOT analysis - SWOT analysis means strengths, weaknesses, opportunities and threats of the organization. This analysis is part of every business strategy because it allows company to rely on its strengths and use them to its advantage. Company is also aware of possible weaknesses or threats.

4. Tactics - Many business strategies formulate functional details on how company managers should operate to maximize efficiency. Responsibe for tactics managers understand what needs to be done and saving time and effort.

5. Resource allocation plan - Business strategy includes where to find the resources needed to complete the plan, how the resources will be allocated, and who is responsible for it. In this context, company will be able to see where you need to add additional resources to complete your projects.

6. Measurement - Business strategy also includes a way to monitor the company's performance and evaluate its effectiveness against the goals set before implementing the strategy. This will help the business meet deadlines and goals, as well as budget issues.

Development of business strategy for independent business units and independent highly specialized organizations is carried out similarly (Chart 1.2).

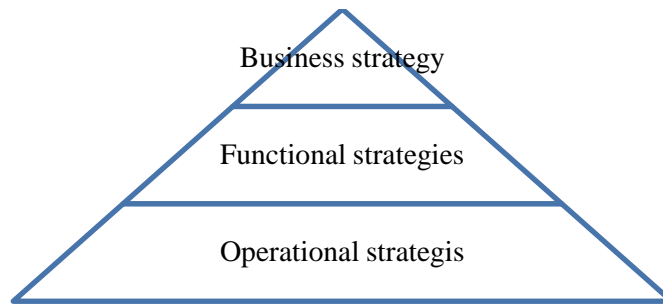


Chart 2 “Development of business strategy development levels”

Source: developed by the author based on [4]

To sum up, business strategy means strategy of business components and its goal is to influence directly at competitive advantages in an exact sphere of organizational activity. Business strategy is based on operational and functional strategies and are aimed at developing the internal potential of the company, strengthening its factors that ensure market success.

Bibliography:

1. Business strategy and its main components. <https://buklib.net/books/36603/>.
2. Gorelov D. O. Enterprise strategy / D. O. Gorelov, S. F. Bolshenko. – Kharkiv, 2010. – 133 p. – (KHNADU).
3. 10 Business Strategy Examples (And Why It’s Important To Have One) , 2021, <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-strategy-examples>.
4. Strategic Management. – 2006. –<https://library.if.ua/books/44.html>.5. <https://analytics.infozone.pro/business-model-design/>

Ігнат’єва В. Д.

ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапі діджиталізація має багато різних аспектів, котрі впливають на світову економіку. Діджиталізація керується технологіями. Цифрові інновації створюються на основі нових цифрових технологій: інноваційних варіантів використання, що керуються, з одного боку, відомими компаніями, а з іншого-стартапами та венчурним капіталом. Саме стартапам вдалося досягти вибухового, експоненціального зростання, оскільки вони використовували цифрові технології абсолютно по -різному і пропонували своїм

клієнтам нові форми цінності. PayPal, Amazon, Ebay, Netflix та багато інших компаній досягли значного зростання завдяки потужності цифрових технологій. Варто сказати, що щодня надсилається 207 мільярдів електронних листів, переглядається 8,8 мільярдів відеороликів YouTube, проводиться 4,2 мільярда пошукових запитів Google і здійснюється 152 мільйони дзвінків по Skype. Цифровий бізнес, що базується на Інтернеті, розширюється надзвичайними темпами, щодня нові мобільні та нематеріальні цифрові товари та послуги стають доступними для споживачів.

Метою даного дослідження є проаналізувати роль соціальних мереж на світову економіку у контексті розвитку та просування бізнесу.

Завдання дослідження:

- Дослідити місце та значення соціальних мереж у світовій економіці.
- Охарактеризувати особливості регулювання соціальних мережах на прикладі країн.
- Розглянути перспективи розвитку бізнесу в Україні в умовах діджиталізації світової економіки.

Для проведення якісного та детального аналізу були використані такі методи дослідження: емпіричний, системного підходу, структурно- функціональний та порівняння. Під час виконання детального аналізу проблемного питання були використані праці вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, статистичні дані офіційних сайтів, звіти рейтингових агентств, фінансові звіти та офіційні звіти міжнародних компаній(Facebook, Microsoft) та міжнародних організацій.

Термін соціальна комерція означає процес купівлі-продажу на платформі соціальних медіа. Вона розвинулася від електронної комерції, тому що люди, як правило, проводять більше часу в Інтернеті. Згідно зі статистикою Instagram, 60% користувачів відкривають нові продукти, переглядаючи їхні канали [1]. Таким чином, здається природним реалізувати можливість купувати продукти без переадресації. Соціальна комерція робить подорож менш складною, і це є великою перевагою як для продавців, так і для покупців [2]. Секрет такої ефективності простий. Полегшення процесу купівлі знижує відсоток плутанини

та відмови. Так, люди ліниві і їм не подобається вагатися. Основна перевага для брендів, великих і малих – це серйозна економія на рекламі. Реклама через SMM набагато дешевше, ніж традиційні рекламні кампанії. Радіо, телебачення та друк дорогі і потребують більше часу для показу результатів. SMM доступний для будь-якого бюджету, іноді навіть без нього.

По-друге, світ швидко змінюється, і покоління мілленіалів, прикутих до своїх смартфонів, замінює попереднє, яке споживає традиційні методи обміну інформацією, як-от газети, телебачення, радіо тощо. Технології доступу до Інтернету зробили гігантський стрибок (привітатися з 5G), і це збільшує час, який люди проводять за серфінгом в Інтернеті. Станом на січень 2021 року в світі було 4,66 мільярдів активних користувачів Інтернету - 59,5 % світового населення. З цієї загальної кількості 92,6% (4,32 мільярда) мали доступ до Інтернету за допомогою мобільних пристроїв.

Таблиця 1

Найпопулярніші соціальні мережі [3]

Соціальна мережа	Активні користувачі щомісяця, млрд	Активні користувачі щодня, млрд	Час проведений щодня, хв	Мобільні користувачі, %
Facebook	2,4	1,6	58	88
YouTube	1,9	0,149	40	79
WhatsApp	1,5	1,1	47	91
Instagram	1,0	0,6	66	92
Twitter	0,33	0,134	32	86
LinkedIn	0,303	0,101	10	78
Google+	2,9	0,395	28	82

Відповідно до кількості користувачів у соціальних мережах можна зробити висновок, яка мережа потенційно цікава для розвитку бізнесу, збільшення продажів, а також просування. За допомогою інформації у Таблиці 1 можна керувати своїми маркетинговими зусиллями, визначати, на яких соціальних каналах зосередитися, і визначати свою стратегію соціальних мереж. Соціальні мережі є тією платформою, яку треба розвивати. Головним правилом для

активного ведення бізнесу, як показала практика останніх 2-ох років, є його присутність на онлайн платформах, оскільки саме за рахунок цього можна масштабуватися та розширюватися. Звичайно, що конкуренція онлайн набагато більша, проте і кількість клієнтів є вищим [3].

Реформа цифровізації в Україні наразі є однією з найпомітніших реформ в країні. Це вже мало тривалий вплив на українське суспільство. Все більше державних послуг стає доступним через смартфон. Держава надає громадянам безкоштовну цифрову компетенцію та бізнес-освіту. Водночас реформа ще не вплине на «традиційні» сектори української економіки чи сприятиме реальній зміні поведінки громадян та бізнесу. У цьому плані амбітна реформа цифровізації в Україні все ще має величезний потенціал [4]. ІТ-сфера значно випереджає «традиційні» галузі української економіки, але технологічна та промислова інфраструктура України не дозволяє оцифрувати всю економіку такою ж швидкістю, як ІТ-сектор. Головною інституцією, яка займається реформою цифровізації, є Міністерство цифрової трансформації України, створене в серпні 2019 року. Відтоді міністерство розпочало численні ініціативи, об'єднані в рамках платформи «Дія». Міністерство планує до 2024 року забезпечити 95% українців широкосмуговим доступом до Інтернету [5].

Під час дослідження були зроблені певні висновки, щодо ролі соціальних мереж були визначені основні переваги застосування мереж. Соціальні медіа – це створення спільноти та зацікавлення вашої цільової аудиторії вашим брендом та його цінністю. Соціальні медіа відрізняються від брендингу через газети, телебачення та радіо, де можна очікувати результатів через деякий період часу. Публікація в блозі, Twitter, LinkedIn або Facebook має здійснюватися відповідно до встановленого часу доставки або потенційних клієнтів. Першим кроком для залучення потенційних клієнтів для бізнесу в режимі реального часу є залучення спільноти, а не прямий продаж свого бізнесу клієнтам. Надавайте чудовий вміст та інформацію та зосередьтесь на побудові спільноти, перш ніж отримати грошові прибутки. Facebook, Twitter, Instagram та кампанії LinkedIn впливають на аудиторію та стимулюють величезний обсяг продажів. Коли реклама відбувається

через соціальні медіа, команда маркетингу має чітко знати про повернення інвестицій (ROI). На сучасному етапі більше 80% бізнесу в Україні знаходиться онлайн, що показує стрімкий розвиток та цифровізацію економіки. Велика кількість відомих українських компаній надає послуги просування бізнесу в мережі інтернет. Цифрова економіка розвивається, реформи впроваджуються, а споживачі все частіше надають перевагу покупкам онлайн шляхом залучення за допомогою таргетованої реклами.

Список літератури:

1. Цифровізація та її вплив на економіку: висновки з опитування великих компаній. *Економічний бюлетень ЄЦБ*, випуск 5. 2018. URL: https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/focus/2018/html/ecb.ebbox201807_04.en.html.
2. Цифрова стратегія в контексті цифрової трансформації. *Liferay*. 2020. URL: <https://www.liferay.com/resources/1/digital-strategy#:~:text=Digital%20strategy%20is%20most%20relevant%20to%20changes%20in,in%20a%20way%20that%20supports%20the%20business%20objectives>
3. Kemp S. Digital 2020: глобальний цифровий огляд. *DataReportal*. 2020. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
4. Електронна держава: як Україна реалізує свою амбітну реформу цифровізації. *UkraineWorld*. 2021. URL: <https://ukraineworld.org/articles/belarus/e-state-ukraine-and-digitalisation-reform>.
5. Статистика Соціальних мереж в Україні. *StatCounter*. 2021. URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/ukraine>

Korniichuk T.A.

MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS IN THE CONTEXT OF GLOBAL ECONOMIC RELATIONS

At the present stage of economic development, competitiveness is an important element in the economies of many countries of the world. We should notice that the word competitiveness is used extensively in management discourse concerning national economic performance, international economic performance comparisons and at the level of the firm. Increasing competitiveness concerns all levels and parties: products, enterprises, industries, regions and the country as a whole, while the competitiveness of the enterprise as a special link in the economy acquires a significant role. Currently, the problem of increasing the competitiveness of the enterprise is becoming more and more urgent. Competitiveness is the ability of enterprises to resist other companies to make

them successful struggle for markets of goods and services. In market conditions, it is impossible to achieve stable success in entrepreneurship if you do not calculate the effectiveness of its development, do not constantly accumulate information about your own prospects and abilities, the state of the markets, do not assess the place of competitors in them and do not analyze the competitive advantages of your enterprise. In its turn competitive advantage t can be expressed in achieving a level of satisfaction of needs that is greater than that which a competitor can achieve and thereby create such a provision for his organization that will provide it with a profit rate above the industry average. The generation of competitive advantages is closely connected with the choice of sales markets, diversification of the company's activities and the corresponding differentiation of products. In addition, competitive advantages can also affect the structure of investment. The successful functioning of the organization in modern conditions depends crucially also on the level of its competitiveness. Especially competitiveness is a critical success factor in the market for goods and services. [1] In today's complex world for the effective discharge of management functions you need to know the level and factors of the competitiveness of your company. The study of competitiveness provides a clear understanding of the disadvantages and allows you to develop and implement effective methods to eliminate this problem. The analysis of assessments of competitiveness is the basis for creating a more effective planning of various processes at the enterprise, based on the results of the study. The relevance of this topic is due to the fact that the interest of enterprises in the results of their activities increases the need to improve competitiveness. In order to ensure the survival of an enterprise in modern conditions, management personnel must, first of all, be able to realistically assess the state of both their enterprise and existing potential competitors, which requires improving the work of all services and divisions of an economic entity. Competitiveness is the most important factor in ensuring the safety of an object, that is, its survival in the harsh conditions of reality and its subsequent effective development [2, p 256]. A variety of different factors affect the competitiveness of organizations, but still the most important and decisive of them are its ability to produce competitive products (work, services) and create conditions for their implementation of

processes at the enterprise, based on the research results. General principle of management of the competitiveness of the enterprise Management of enterprise competitiveness in terms of marketing orientation is a set of management actions aimed at studying the activities of active and potential competitors, their strengths and weaknesses, as well as developing competitive strategies to ensure the formation and maintenance of long-term competitive advantages. [3,4].

The main problems of competitiveness management at the present stage include: instability of the economic situation in the country; lack of information systems for competitiveness management; insufficient level of competitiveness of the enterprise's goods; lack of a competitive strategy focused on certain target groups of consumers, developed taking into account the competitive advantages and existing capabilities of the enterprise; weak staff potential. Management of enterprise competitiveness should be aimed at:

- neutralization (overcoming) or limiting the number of negative (destructive) factors influencing the level of competitiveness of the enterprise through the formation of protection against them;
- the use of positive external factors to increase and realize the competitive advantages of the enterprise;
- ensuring the flexibility of management actions and decisions - their synchronization with the dynamics of negative and positive factors of competition in a particular market [5].

In conclusion we may formulate, that the aim of the management of enterprise competitiveness is to ensure the firm's survival in the long run, the main is the development of competitive advantages. For this there are three main possibilities: the use of price characteristics of a product or its differentiation, and also due to the consolidation of the buyer or, in other words, due to the monopolization of the market.

References:

1. P. Fahtutdinov: Organization competitiveness management: a textbook published by Exmo, 2005.
2. G. Azov Competitive advantages of the company.: "Printing house "NEWS", 2000. – 256 p.
3. Azov G.L. Competition: analysis, strategy and practice / G.L. Azov. - M.: Center for Economics and Marketing, 1996.
4. Assessment of competitiveness based on effective competition [Electronic resource] <http://magazine.faaf.org.ua>.

ПРОБЛЕМА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ: ДОСВІД РУМУНІЇ

Станом на 2021 рік, Україна продовжує впевнено крокувати до головної мети своєї поточної соціальної, фінансової, зовнішньоекономічної політики – інтеграції у простір Європейського Союзу на правах повноправного члена даної організації. Однак економічна, соціокультурна, юридична сфери діяльності нашої держави не лише модернізуються та реструктуризуються внаслідок впроваджених проєвропейських реформ, але й стикаються з внутрішніми та зовнішніми перешкодами на даному шляху до євроінтеграції. І саме у вирішенні даних проблем може стати у нагоді досвід вступу Румунії в ЄС.

Румунія, так само як і Україна, наприкінці 20 століття була соціалістичною республікою, якій так само випало стрімко переорієнтовуватися з планової економіки до ринкової, з соціалістично-комуністичної філософії до капіталістичної, утримувати баланс сил, вивільнених внаслідок розвалу СРСР та Східного блоку, та впровадження відповідних стратегій задля входження країни до ЄС у 2007 році.

Вивчаючи досвід країни-сусіда України на шляху до членства в Євросоюзі, неможливо не звернути увагу на те, що основними проблемами, які довелося подолати Румунії для досягнення певної відповідності копенгагенським критеріям, нині є завданнями внутрішньоекономічних та правничих реформ в Україні. До даних критеріїв відносять, перш за все, територіальну приналежність країни до Європейського континенту, демократичність та верховенство права, повага прав людини та прав меншин, а також певна економічна стабільність[5].

Румунія стала державою-членом ЄС 1 січня 2007 р. завершивши, тим самим, процес, розпочатий у середині 1990-х рр. поваленням диктатури Чаушеску у 1989 р. Першим кроком на шляху інтеграції країни в Євросоюз стало підписання торговельної угоди між Румунією та ЄС у жовтні 1990 р. Саме тоді ж румунська делегація звернулася з проханням надати Румунії статусу асоційованого члена ЄС [1].

Через три роки, у лютому 1993 р. в Брюсселі було підписано угоду про приєднання Румунії до ЄС як асоційованого члена, а в лютому 1995 р. угода набула юридичної сили.

Надалі, з метою досягнення макроекономічної стабільності, в Румунії була утворена спеціальна Група з реалізації середньострокового плану розвитку, а 28 грудня 2000 р. румунський парламент затвердив урядову Програму реформування економіки і просування в НАТО і ЄС [2], яка презентувала стратегію реформування економіки та законодавчої бази, відповідно до вимог ЄС. Ядром макроекономічної стабілізації було визначено поєднання бюджетної жорсткості, адекватних цін на енергію, послідовної фінансової політики, зорієнтованої на скорочення дефіциту поточних рахунків і тиску внутрішнього споживання. Наслідком такої економічної політики румунського уряду стало найвище в регіоні зростання експорту і ВВП, зростання приватних інвестицій, зниження інфляції, оздоровлення банківської системи тощо, хоча деякі проблеми так і не було вирішено.[3].

Задля ефективної роботи щодо входження Румунії до ЄС було також створено ряд відповідних моніторингових управлінських органів з цього питання. Так, на парламентському рівні діалог Румунія – Європейський Союз відбувався через Парламентський комітет з питань асоціації Румунія – Європейський Союз. На виконавчому рівні діалог між Румунією та ЄС здійснювався через Асоціативну раду та Асоціативний комітет, який допомагав Раді у виконанні своїх завдань [6]. Різноманітні департаменти з питань європейської інтеграції в рамках міністерств та відомств, а також у складі префектур забезпечували децентралізацію процесу європейської інтеграції та проведення необхідної роботи на місцях.

Було засновано Європейський інститут Румунії, Делегацію Європейської комісії в Румунії, Інформаційний центр Європейської комісії. Дані інституції відповідали за дипломатичну, інформаційну, юридичну складові євроінтеграції [8].

Варто зазначити і те, що румунська сторона розробила низку документів щодо ЄС, такі як Національний план розвитку Румунії (НПР), Національна програма приєднання Румунії (НПП) до ЄС, Економічна програма приєднання (ЕПП). Дані національні стратегічні програми, розроблені за участю міністерств та відомств, неурядових організацій, визначили критерії, заходи, пріоритети розвитку економіки держави щодо євроінтеграції [7].

Починаючи з 1998 р. Європейська комісія презентувала Європейській Раді періодичні доповіді щодо просування Румунії на шляху євроінтеграції, що також дозволяло країнам-учасникам формувати чітку думку щодо готовності Румунії до входження до ЄС [9].

Важливо згадати ще про один аспект вступу Румунії до ЄС – недостатнє, на думку експертів, дотримання прав національних меншин, а саме, угорців Трансильванії[4]. Лише коли владі вдалось зняти постійне напруження в міжетнічних відносинах, 25 квітня 2005 р. у Люксембурзі відбулося підписання Договору про вступ до Європейського Союзу Румунії та Болгарії, з подальшим дворічним процесом ратифікації договору.

Таким чином, румунський досвід процесу європейської інтеграції вказує на багатогранність та комплексність даного процесу. Задля виконання ключових вимог – копенгагенських критеріїв – необхідно є, перш за все, чітка національна стратегія, створена і впроваджена державою у всіх сферах людської діяльності, створення відповідних моніторингових органів щодо усіх складових процесу, інституцій з переймання європейського досвіду, допоміжних урядових програм реформ тощо. Навіть з урахуванням правильності виконання всіх вищезазначених дій, результат буде немиттєвим або може бути неоднозначним, і потребуватиме подальших змін щодо загальної політики євроінтеграції. Важливими чинниками також є наявність щорічного звітування щодо досягнення певних результатів у рамках реформування та незалежність стратегічного плану дій від змін влади, адже вступ Румунії до Європейського Союзу 1 січня 2007 р. є результатом перш за все, послідовних зусиль, здійснених країною впродовж останніх років на шляху європейської інтеграції незалежно від «кольору» та ідеологічної орієнтації урядів, які в ній змінювалися.

Список літератури:

1. Zaman Gh., Georgescu G. Romania's association with European Union. Integration perspectives. 15 November 1994. https://mpr.a.ub.uni-muenchen.de/79840/1/MPRA_paper_79840.pdf
2. Gherman M.G. The Impact of the European Funds in Romania. The Examination of the Problems and Solutions. International Journal of Academic Research in Accounting // Finance and Management Sciences. – 2012. – Vol. 2, Is. Special 1. – P. 233-247.
3. Asaftei G., Parmeter C.F. Market power, EU integration and privatization: The case of Romania // Journal of Comparative Economics. – 2010. – Vol. 38. – P. 340-356.

4. Saurugger S., Radaelli C. The Europeanization of Public Policies: Introduction // Journal of Comparative Policy Analysis. – 2008. – Vol. 10. – № 3. – P. 213-219.
5. Стаття на сайті КМЦППК [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=574
6. Comunicat de presa. La Palatul Cotroceni, a avut loc astăzi, 20 ianuarie a. c., întâlnirea anuală a președintelui României, Traian Băsescu, cu Corpul diplomatic acreditat la București. – Режим доступу: www.presidency.ro/ (Data pergerlyady 25.03.2012)
7. Європейська інтеграція: крок за кроком / уклад. Д. Корбут. – К.: Фонд «Європа XXI», 2001. – 216 с.
8. Cunoaștea România – membră a Uniunii Europene / Academia Română, Societatea Română de Statistică. – București: Editura Economică, 2007. – 821 с.
9. Comunicat de presa. „Avem obligada sudevenim un exportator de democratice atretările din Balcanii de Vest sicatretările din bazinul Marii Negre”. Conferinta „Europa ca promotor al democraticei”. – Режим доступу: www.presidency.ro/date/6449_ro.

Ваколюк Д.В.

ІНВЕСТИЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ-ЧЛЕНАМИ ЄС

Інвестиційне співробітництво сьогодні є важливим елементом економіки України, досить істотною фундаментальною основою господарського розвитку країни, стратегічним вістрям, направленим на істотне поліпшенні прибутковості країни і її народу, на примноження ВВП і подвоєння його в найближчій перспективі. Без прогресивного розвитку інвестицій в основний капітал, без примноження темпів зростання і розвитку навряд чи варто чекати яких-небудь кардинальних покращень у механізмах взаємодії економіки і її інвестиційних складових. Все це пояснює необхідність дослідження суті і економічної природи інвестиційного співробітництва держави.

Дослідження інвестиційних процесів завжди перебувало, перебуває та буде перебувати в центрі уваги економічної думки вчених-економістів. Це обумовлено тим, що інвестування торкається глибинних засад господарської діяльності, визначаючи процес економічного зростання в цілому. Різноманіття понять терміну «інвестиції» у сучасній вітчизняній та зарубіжній економічній літературі значною мірою визначається широтою сутнісних сторін цієї складної економічної категорії. [4]

Питання, пов'язані з інвестиціями активно дебатуються в українському науковому середовищі, жваво обговорюються громадськістю, їм присвячена

значна частина рішень законодавчої та виконавчої влади, адже на даному етапі розвитку нашої держави це є важливим аспектом в безперервному просуванні на міжнародних ринках та в покращенні міжнародного інвестиційного клімату, що є ключовим фактором в залученні інвестицій в Україну. [3]

Соціально-економічна нестабільність розвитку регіонів України негативно відбивається на інвестиційній діяльності країни та окремих підприємств, зумовлює загальне погіршення інвестиційного клімату та зниження інвестиційної привабливості країни, зокрема на світовому рівні. До сучасних проблем інвестиційної діяльності України належать: падіння обсягів залучених іноземних інвестицій, зростання концентрації обсягу інвестиційних ресурсів в одних і тих самих регіонах та галузях господарської діяльності, низька ефективність інструментів стимулювання інвестиційної діяльності.[1]

В умовах розвитку інвестиційного співробітництва України та його напрямків країни ЄС є одним із головних векторів, що розвиває наші інвестиції та країни-члени є основними партнерами України в залученні та наданні інвестицій. Виходячи з цього, задля забезпечення відновлення позитивної інвестиційної активності нашої держави, ефективного залучення іноземних інвестицій та підвищення інвестиційної привабливості регіонів в умовах європейської інтеграції, особливої актуальності набуває зона вільної торгівлі між Україною та країнами ЄС, яка відкриває нові можливості для залучення прямих іноземних інвестицій.[2]

Так, за даними Державної служби статистики України, у 2020 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено близько 4500 млн. дол. США прямих інвестицій. Надходження прямих інвестицій здійснили інвестори 77 країн світу. Із країн ЄС в економіку України інвестовано приблизно 2000 млн. дол. США, або майже 45% загального обсягу вкладень. Найвагоміші обсяги надходжень прямих інвестицій були спрямовані до установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність, – 2 825,3 млн. дол. США, підприємств оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів та мотоциклів – 524,9 млн. дол. США та промисловості – 475,2 млн. дол. США. За даними Державної

служби статистики України, основними країнами-інвесторами, на які припадає близько 80% загального обсягу ПІІ в промисловості України, є країни ЄС, а саме: Німеччина, Кіпр, Нідерланди, Швейцарія, Велика Британія, Австрія та Польща.[5]

Отже, процес інвестиційного співробітництва України з країнами-членами ЄС відіграє важливу роль в економіці нашої держави. Інвестування в значній мірі визначає економічне зростання держави, зайнятість населення і складає істотний елемент бази, на якій ґрунтується економічний розвиток суспільства. Тому проблема, яка пов'язана з ефективним здійсненням інвестування, заслуговує серйозної уваги. Тому державне регулювання інвестиційних процесів потребує розвинутої, але компактної й мобільної державної структури, яка здатна постійно реагувати на ринкові вимоги, виконувати регулюючі функції за допомогою методів впливу на суб'єктів інвестиційного процесу, діяльність яких вимагає безпосереднього втручання держави.

Список літератури:

1. Україна: перспективи розвитку. Консенсус-прогноз. Офіц. сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. 2015. Вип. 38.28 с.
2. Побоченко Л.М. Інвестиційне співробітництво України з Європейським Союзом. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ*. 2011. № 1. С. 221–230.
3. Скоробогатова Н.Є. Інноваційно-інвестиційне співробітництво України і ЄС у межах забезпечення сталого розвитку. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2014. № 11. С. 19–26.
4. Аньшин В. М. Инвестиционный анализ. М., 2000. 317 с.
5. Яхно Т.П. Пріоритетні напрями формування інвестиційної співпраці України із країнами Європейського Союзу. *Економічний часопис – XXI*. 2014. № 5–6. С. 21–24.

Губарєв А.П.

ІНВЕСТИЦІЙНА КОМПОНЕНТА РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА У СВІТЛІ ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДІВ

Однією із ключових проблем, яка залишається на порядку денному економічної стратегії України, є залучення у національну економіку іноземних інвестицій. На сьогодні ні за своїм розміром, ні за структурою іноземні інвестиції в Україну не відповідають тим складним завданням, що стоять перед нашою державою. Так, за даними Національного банку України на кінець 2 кварталу 2021

року прями інвестиції в Україну склали 54,88 млрд. дол. США [1]. При цьому, прями інвестиції в сектор «Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів» тільки за II квартал поточного року склали 204 млн. дол. США [1].

В загальному, варто відмітити, що на сьогодні саме вітчизняний аграрний сектор та сектор виробництва харчових продуктів загалом мають надзвичайно високий рівень інвестиційної привабливості для нерезидентів. Зокрема, цьому сприяють тенденції на світовому ринку. Так, за даними TheFoodandAgricultureOrganization Індекс продовольчих цін у жовтні 2021 року склав 124 п.п., субіндекс цін на м'ясо склав 112,1 п.п., субіндекс на рослинні олії – 184,8 п.п., субіндекс на зернові – 137,1 п.п. [2].

Глобальний тренд до зростання цін на продовольство беззаперечно посилив увагу до агросектору та сектору виробництва продовольства. Беззаперечним залишається той факт, що продовольча безпека була і залишатиметься протягом тривалого часу однією із ключових проблем сучасності. Швидкий розвиток технологій в аграрному секторі, значний приріст продуктивності праці так і не дали можливості подолати значні «розриви» у забезпеченості продовольством між країнами з різним рівнем економічного розвитку.

Разом з тим, треба відзначити, що ключовими гравцями глобального ринку продовольства є крупні транснаціональні корпорації. Очевидно, що ТНК продовольчого сектору нині значно поступають ТНК інших галузей. Зокрема, в рейтингу Global 500 за 2021 рік найбільша на сьогодні транснаціональна корпорація, яка функціонує у продовольчому секторі – Nestle – займає лише 79 позицію (розмір активів 140,36 млрд дол. США) [3]. Компанія PepsiCo знаходиться на 131 місці, ADM – на 146 позиції. Зрозуміло, що постіндустріалізація глобального економічного розвитку в першу чергу формує конкурентні переваги для ТНК, що працюють у фінансовому секторі, секторі телекомунікацій та ІТ-послуг, достатньо стійкими залишаються ринкові позиції сировинних ТНК, які, зокрема, займаються видобутком вуглеводневих ресурсів. З іншого боку, найбільші ТНК беззаперечно є ключовими учасниками глобального

ринку продовольства, а їх стратегія багато в чому формує ключові тенденції цього сегменту, в тому числі – в інвестиційній сфері.

В цьому контексті слід зазначити, що вітчизняна продовольча галузь за багатьма позиціями займає лідируючі позиції у світі, що, в кінцевому випадку визначає і її роль для національної економіки – і з позиції формування ВВП, і з погляду експортних потоків.

Беззаперечно, що одним із каталізаторів інвестиційних процесів у досліджуваному секторі має стати і повноцінний запуск ринку землі [4]. Зрозуміло, що на сьогодні передбачено, що продаж землі іноземним юридичним особам та фізичним особам-громадян інших країн буде можливим тільки після референдуму, проте вже навіть сам факт початку роботи ринку землі сільськогосподарського призначення в Україні є потужним стимулом для іноземних інвесторів.

Окрім того, ще однією проблемою для іноземних інвесторів в продовольчому секторі України беззаперечно є значна «тіньова» компонента на ринку робочої сили. За різними оцінками станом на середину 2021 року близько 10 млн. осіб в Україні працюють за межами офіційного ринку праці та отримують «тіньові» доходи. Зрозуміло, що така ситуація негативно сприймається іноземними інвесторами.

Зростаюча «відкритість» вітчизняної економіки вочевидь посилюватиме конкуренцію між провідними продовольчими ТНК та вітчизняними корпораціями. В той же час, варто відзначити, що ареною конкурентної боротьби стануть і національні ринки інших держав, адже за останні роки вітчизняна аграрна продукція та продовольство досить активно поширюються на глобальному ринку.

З позиції залучення іноземних інвестицій у вітчизняний продовольчий сектор можна виділити і інші важливі проблеми – нестабільність макроекономічного середовища, слабкість механізмів захисту прав інвесторів, відсутність повноцінного та ефективного фінансового сектору тощо. Без їх подолання буде складно повною мірою використати наявний у неї економічний

потенціал та наростити обсяги іноземних інвестицій у аграрну галузь та сектор виробництва продовольчих товарів.

Список літератури:

1. Дані статистики зовнішнього сектору. Національний банк України. Офіційний сайт. URL.: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external#1> (дата звернення 14.11.2021 р.).
2. FAO Food Price index. TheFoodandAgricultureOrganization. URL.: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/> (дата звернення 14.11.2021 р.).
3. Fortune. Global 500. URL.: <https://fortune.com/global500/2021/search/> (дата звернення 14.11.2021 р.).
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» №552-IX від 31.03.2020 р.

Демидова А.Г.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЯВИЩА ГЛОБАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Глобалізація перетворилася на найважливішу об'єктивну закономірність розвитку світової економіки, яка набуває все більш вираженої спрямованості у своєму впливі на національні господарства та міжнародний бізнес. Термін «глобалізація» спочатку запроваджувався для позначення тенденції інтеграції національних ринків на планетарному рівні, та суттєво активізувалася під впливом діяльності транснаціональних корпорацій (ТНК), у рамках яких на міжнародному рівні формувалися глобальні інституційні структури, що опосередковують процес виробництва та збуту продукції. Разом з тим інтеграційні процеси виявились і серед самих ТНК, які почали використовувати такий «інструмент» взаємодій (інтеграцію) для вирішення власних виробничих та комерційних завдань. Зокрема, це виявилось у створенні міжнародних корпоративних спілок, стратегічних альянсів, стратегічних «сімей», активізації міжнародних переплетень ТНК.

Виник відносно новий феномен міжнародних взаємодій – глобальна інтеграція, яка має певну специфіку, сутнісні особливості, значущість, що зростає, і, отже, може розглядатися як самостійне явище. У цій статті передбачається звернути увагу на глобальну інтеграцію національних господарств, оскільки дана тенденція, по-перше, має найбільший вплив на зміну

світового порядку та трансформацію всесвітнього господарства і, по-друге, виступає первинною по відношенню до інтеграції ТНК, визначаючи її напрями та форми.

Багатоаспектність глобалізації як загальносвітового процесу та контекстів використання цього поняття.

Вона ставить своєчасні питання: 1. Чи надмірно поняття «глобалізація» для пояснення всіх тих тенденцій, які під ним маються на увазі? 2. Чи ця категорія самодостатня для позначення великої різноманітності багаторівневих і багатовекторних глобальних взаємодій? Очевидно, що проблема, що порушується цими питаннями, змушує враховувати все різноманіття глобалізації термінології, що використовується для розкриття сутності, наприклад: «глобальна господарська система», «глобалізаційні тенденції (процеси)», «глобальна економічна система», «глобальна політична система» тощо. Зрозуміло, що термін «глобалізація» має першорядне значення, відбиваючи всесвітній процес інтеграції, що має місце у різних сферах життя та діяльності людини.

Увага до процесу глобалізації світової економіки гарантується самою проблемою її дослідження та всеосяжним впливом на економіку та інші сфери. Роботи провідних українських дослідників – О. Білоруса [1], А. Шніпко [2] та О. Філіппенка [3] – закладають основи дослідження особливостей сучасного етапу глобалізації, звертаючи увагу на характер її постіндустріального етапу.

Глобалізація спочатку характеризувалася як новий якісний ступінь інтернаціоналізації (різних сфер, зокрема й економіки). Тісний взаємозв'язок цих процесів не викликає сумнівів, однак і не відкидає відмінних рис двох концептів. У цьому великий інтерес представляє підхід Ж.-М. Сіроена (J.-M. Siroen), який закликає до розумного використання концепції глобалізації та поділу понять «глобалізація» та «інтернаціоналізація» як двох складових процесу світової інтеграції [4].

Перфектність теорії глобалізації підтверджується виникненням окремого наукового міждисциплінарного напрямку - глобалістики, що має власну

методологію і претендує на самостійність. Це, зокрема, підтверджується роботою Еге. Кочетова [5]. Водночас широко досліджуються приватні аспекти глобалізаційного процесу. Велика їх різноманітність не дозволяє відобразити всі наявні напрацювання, тому хотілося б зупинитися на роботах, які досліджують важливі сторони цього процесу. До таких може бути віднесена робота К. Воронова [6], що досліджує процес еволюції та перспективи глобальної інтерсистеми. А. Холопов у роботі [8] висвітлює проблему впливу глобалізації на макроекономічну рівновагу. М. Єлецький досліджує особливості початку глобально-інформаційного укладу [9]. А. Калядін зазначає виникнення так званої глобальної ініціативи у боротьбі проти актів ядерного тероризму [10].

Так чи інакше, розгляд глобалізації, її природи та впливу на національні економіки торкається проблеми глобальної інтеграції, яка досі залишається не позначеною на концептуальному рівні.

У зв'язку з цим метою цієї роботи є розкриття базових елементів концепції глобальної інтеграції (на рівні національних господарств).

Отже, у світовій економіці відбувається безліч процесів, що виходять за рамки традиційного розуміння глобалізації та економічної інтеграції, які змушують синтезувати ці категорії. Глобалізація вже давно переросла в рамки концепту інтеграції ринків, охопила всі сфери життєдіяльності, а отже, і нові сфери інтеграції національних систем (фінансових, інституційних, виробничих тощо).

Список літератури:

1. Білорус О. Глобалізація і нова парадигма глобального постіндустріального розвитку /О.Білорус//Економічний часопис. – 2002. – №10. – С.3–7.
2. Шнипко О. Постіндустріальна глобалізація: сутність, чинники, тенденції та суперечності розвитку /О.Шнипко// Економіст. – 2005. – №4. – С.76–79.
3. Філіпенко А.Глобалізація економічного розвитку /А.Філіпенко// Економічний часопис. – 1999. – № 1. – С.3–10.
4. Siroen J.–M. L'international n'est pas le global: Pour un usage raisonne du concept de globalization // Rev. d'e- conomie polit. – P., 2004. – A. 114, №6. – P.681–698.
5. Кочетов Э.Г. Глобалистика: Теория, методология, практика: Учебник для вузов. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 672 с.
6. Воронов К. Глобальная интерсистема: эволюция, структура, перспективы /К.Воронов// Мировая эконо- мика и международные отношения. – 2007. – №1. – С. 18–27.
7. Афонцев С. Проблема глобального управления мирохозяйственной системой: теоретические аспекты /С.Афонцев// Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – №5. – С. 65–70.

8. Холопов А. Глобализация и макроэкономическое равновесие /А.Холопов// Мировая экономика и международные отношения. – 2005. – №2. – С. 15–23.

9. Елецкий Н. Переход к глобально-информационному способу производства и модификация общей экономической теории /Н.Елецкий// Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – №2. – С. 22–29.

10. Калядин А. Глобальная инициатива по борьбе против актов ядерного терроризма: принципы, практика, проблемы /А. Калядин// Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – №1. – С. 3–14.

11. Иноземцев В. «Постамериканский мир»: мечта дилетантов и непростая реальность /И. Иноземцев// Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – №3. – С.3–15.

Джус О.В.

ГЛОБАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ ЯК НОВА ФОРМА СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Глобальна економічна інтеграція перестав бути новим явищем. Навіть у давні часи між віддаленими цивілізаціями мали місце певні контакти та торгівля. З часів подорожей Марко Поло сім століть тому, глобальна економічна інтеграція – через торгівлю, рух факторів виробництва та комунікація економічно корисних знань та технологій – була загалом на підйомі. Цей процес глобалізації у економічній сфері який завжди протікав гладко. Не завжди він приносив користь усім, кого він торкався. Але, незважаючи на окремі перерви, наприклад, після розпаду Римської імперії або в міжвоєнний період у цьому столітті, ступінь економічної інтеграції різних суспільств у всьому світі загалом підвищується. Справді, за останні півстоліття темпи економічної глобалізації (включаючи звернення до міжвоєнного спаду) були особливо високими. І, за винятком міграції людей, глобальна економічна інтеграція сьогодні є більш масштабною, ніж будь-коли, і, ймовірно, поглиблюватиметься в майбутньому[1].

На процес економічної глобалізації вплинули три основні чинники, які, ймовірно, будуть і надалі стимулювати його в майбутньому. По-перше, вдосконалення технології транспорту та зв'язку призвело до зниження витрат на транспортування товарів, послуг та факторів виробництва та передачу економічно корисних знань та технологій. По-друге, смаки окремих осіб та суспільств загалом, але не повсюдно, сприяли використанню можливостей, що

надаються зниженням вартості транспорту та зв'язку за рахунок посилення економічної інтеграції. По-третє, державна політика справила значний вплив на характер і темпи економічної інтеграції, хоч і не завжди у напрямку посилення економічної інтеграції.

Ці три основні чинники вплинули на характер і темпи економічної інтеграції у всіх її важливих аспектах. Зокрема, цей документ розглядає три важливі аспекти економічної інтеграції:

1. Через міграцію людей;

2. Через торгівлю товарами та послугами;

3. Через рух капіталу та інтеграцію фінансових ринків. Після розгляду питання, яким чином основні сили вплинули на економічну інтеграцію в цих аспектах, у заключній частині документа розглядаються три питання, які мають спільне значення для майбутнього курсу глобальної економічної інтеграції: важливість комунікації як фактора, що впливає на інтеграцію; можливість того, що ми побачимо різку зміну загальної тенденції до посилення інтеграції, як це сталося у міжвоєнний період; та видимий кінець імперіалізму як механізму інтеграції. Однак перш ніж переходити до цього порядку денного, важливо наголосити на одній з ключових тем, яка знову обговорюватиметься в ході наступної дискусії: основні фактори, що рушають процесом економічної інтеграції, надають не тільки незалежний вплив, але й взаємодіють важливими і складними способами.

Хоча технологія, уподобання та державна політика мають важливий незалежний вплив на структуру та темпи економічної інтеграції в її різних аспектах, вони, безумовно, взаємодіють важливими способами. Розвиток технології транспорту та зв'язку не відбувається спонтанно в умовах економічного вакууму. Прагнення людей скористатися тим, що вони вважають перевагами тіснішої економічної інтеграції, а саме: смак до вигод інтеграції – це головна причина, чому вигідно робити інновації та інвестиції, що приносять покращення у технології транспорту та зв'язку. Крім того, державна політика часто відіграє важливу роль у стимулюванні інновацій та інвестицій у транспорт

та зв'язок як для отримання вигод від більш тісної економічної інтеграції (як усередині, так і за межами політичних кордонів), так і з інших причин, таких як національна оборона[1].

Смаки, які люди мають і розвивають з метою отримання потенційних вигод від більш тісної економічної інтеграції, власними силами частково залежить від досвіду, який можна отримати завдяки дешевшим засобам транспорту та зв'язку [2]. Наприклад, багато століть тому багаті люди в Європі вперше дізналися про чай та спеції Сходу внаслідок обмеженої та дуже дорогої торгівлі. Прагнення придбання цих виробів внаслідок обмеженого досвіду прискорило пошук більш простих та дешевих способів їх отримання. Побічним результатом цих зусиль стало відкриття Америки та відкриття нових кордонів інтеграції в економічній та інших сферах. Останнім часом стало зрозуміло, що смаки на товари та послуги, які виробляються у віддалених районах (включаючи смаки, пов'язані з подорожами та туризмом), а також на інвестиції в іноземні активи значною мірою залежать від досвіду [3]. У міру накопичення такого досвіду, частково через те, що він стає дешевшим, смаки до вигод економічної інтеграції, як правило, зростають. Наприклад, як видається, у міру накопичення глобальними інвесторами більшого досвіду в галузі випуску акцій компаніями в країнах з ринковою економікою, що формується, вони виявляють більший інтерес до диверсифікації своїх портфельів з включенням деяких з цих активів [4].

Список літератури:

1. Baldwin, Richard E., and Phillippe Martin, "Two Waves of Globalization: Superficial Similarities, Fundamental Differences," NBER Working Paper, No 6904, January 1999.
2. Barraclough, Geoffrey, ed., *The Times Atlas of World History*. London: Times Books, Ltd., 1978.
3. Bordo, Michael, Barry Eichengreen and Douglas Irwin, "Is Globalization Today Really Different than Globalization a Hundred Years Ago?" NBER Working Paper, No. 7195, June 1999.
4. Crafts, Nicholas, "Globalization and Growth in the Twentieth Century," IMF Working Paper, WP/00/44. Washington, D.C.: International Monetary Fund, March 2000.

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

IN THE CONDITIONS OF MODERNIZATION OF THE ECONOMY

In modern conditions of modernization of the economy we can say that there is no single concept of human resource management.

Such foreign thinkers as E. Brant, M. Weber, G. Gant, R. Deyvas, P. Drucker, E. Mayo, J. Mooney, G. Munsterberg, E. Patersen, A. Rice, G. Fayol, M. Follett, G. Ford, H. Emmerson, L. Appley and others made a significant contribution to the theory and practice of human resource management, the formation and development of human resource management systems in terms of innovative transformations of the socio-economic system.

In the process of strategic planning, human resource is considered as the external resource of success and all strategic measures are aimed at achieving the planned indicators of competitive advantages of the business structure in the long run [1, p. 13-14; 2, p. 72-73].

The goals in the formation of the human resources management system should be related to the use of human resource to achieve the planned performance indicators and ensure the competitive advantages of the enterprise [3]. At the same time, special importance is attached to the strategic component of the subsystem of employment, search and selection of employees and their training, development and management of performance indicators, the system of motivation and labor relations.

During the development of human resource management strategy there are a number of difficulties associated with the internal coordination of the management process [4, p. 5]:

- 1) insufficient explanatory work on new strategic directions causes resistance and disagreements between employees;
- 2) senior management wants fast, higher results, conflict situations are created;

3) the innovation policy of the enterprise is carried out without serious training, as evidenced by the technical and technological unpreparedness of personnel to solve new problems;

4) there is a gap between technological re-equipment and the level of training due to financial constraints in the development of human capital;

5) insufficient elaboration of operational actions and detailing of programs of strategic directions and as a result of deterioration of the company's position in the market;

6) insufficient interest and low level of training of managers of units unable to solve complex strategic tasks.

Various obstacles that may be encountered in the implementation of human resource management strategy are related to misunderstanding of the strategic needs of the enterprise, and private initiatives face resistance, misunderstanding, often seem inappropriate and even harmful if the organizational culture does not meet the strategy, lags behind the planned strategies. Private initiatives in the field of human resource management should also be based on the fact that their implementation will affect the operational actions and detailed plans of the enterprise, agreed and approved for the planning year. A restraining factor is also the reluctance of middle managers to accept new initiatives, underestimation in terms of funding and human resources.

Certain conditions are required to form an effective system of human resource management:

1) the formation of a subsystem of human resources management, able to adapt to changing environmental conditions and unstable political situation;

2) individual career planning, staff training and retraining;

3) timely staff rotation and stimulation of professional growth;

4) the use of a flexible system of remuneration, which ensures the accounting of personal contribution of employees and their competence;

5) assessment of professional knowledge, skills and real skills and the level of their mastery for each employee;

6) ensuring a high level of participation of working groups and individual

employees in the development and implementation of day-to-day management decisions;

7) the use of the practice of delegating management decisions to subordinates;

8) the formation of an extensive system of communications: vertical, horizontal and diagonal connections within the management of the enterprise.

Summarizing the above, we can talk about the existence of two conceptual approaches to strategic management of human resource, which correspond to modern aspects of modernization of the economic system:

1. Rationalist approach - provides a high level of adaptation of the enterprise in a competitive environment, flexibility of personnel management and labor intensification, as well as provides the participation in the distribution of profits for employees.

2. In a humanistic approach, employees are responsible for ensuring competitive advantages, they are engaged in improving the efficiency of communications through flexible management and staff motivation, and the mutual responsibility of the parties ensures the efficiency and competitive advantages of the enterprise.

The list of references:

1. Sumets O. M. Stratehichnyy menedzhment: pidruchnyk / O. M. Sumets; MVS Ukrayiny, Kharkiv. nats. un-t vnutr. sprav, Kremench. liot. koledzh. – Kharkiv : KHNUVS, 2021. – 208 p.

2. Yefremova N. F. Investytsiyi v lyuds'kyy kapital i formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva/ N. F. Yefremova, O. I. Chichkan, V. O. Halahanov // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. - 2015. - № 6. - p. 71-76.

3. Laptyev V. I. Osoblyvosti derzhavnoho upravlinnya rozvytkom lyudskykh resursiv. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. 2018. № 21. URL: <http://globalnational.in.ua/issue-21-2018>

4. Stokaz Y. M. Formuvannya stratehichnykh znan' promyslovoho pidpryyemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Kharkivskyy natsional'nyy ekonomichnyy universytet im. Semena Kuznetsya. Kharkiv, 2018. 20 p.

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В МІЖНАРОДНІЙ КОМПАНІЇ RECYCLING SOLUTION

Глобалізація бізнесу вимагає перегляду фінансових стратегій діяльності підприємств. Макросередовище є доволі турбулентним, прямо та опосередковано впливає на стан формування та використання фінансових потоків та ринкового потенціалу корпорацій.

Питання ефективності управління фінансами в міжнародній компанії розглядала значна група науковців, зокрема і І.О. Бланк, І. В. Бруслиновська, В. І. Матвійчук, Л. Д. Завідна, В. А. Ковтун, Є. В. Мироненко, С. О. Баркова, В. В. Єржакова, Т. Б. Хлевицька, Н. О. Плевако та інші[1-6].

Recycling Solution надає сервісні та консалтингові послуги на світовому ринку в контексті управління відходами та екологічного консалтингу. В табл. 1 наведено фінансові показники RecyclingSolution.

Таблиця 1 - Фінансові показники RecyclingSolution, тис. грн.

	2018	2019	2020	Абсолютне відхилення	Темп приросту, %
Необоротні активи	2,1	9521,0	11530,0	11527,9	548947,6
Оборотні активи	95,3	81723,0	194053,0	193957,7	203523,3
Активи	97,4	91244,0	205583,0	205485,6	210970,8
Власний капітал	-19,6	19822,0	40292,0	40311,6	-205671,4
Довгострокові зобов'язання	0,3	0,0	0,0	-0,3	-100,0
Поточні зобов'язання і забезпечення	216,7	71422,0	165291,0	165074,3	76176,4
Чистий дохід від реалізації продукції	0,0	356102,0	389373,0	389373,0	x
Чистий фінансовий результат	-19,6	19742,0	20470,0	20489,6	104538,8

Джерело: складено автором

Фінансові показники RecyclingSolution вказують на збільшення масштабів бізнесу, що є позитивним трендом, зокрема, обсяг активів зріс на 205485,6 тис. грн. (у 2110 разів), що обумовлено динамічним виходом компанії на ринок переробки відходів в Україні, в тому числі необоротні активи збільшилися на 11527,9 тис. грн., а оборотні – на 203523,3 тис. грн., що вказує на капіталізацію діяльності на українському ринку обробки відходів. В складі джерел фінансування переважали позикові кошти, що може спровокувати фінансову

кризу в майбутньому. Показниками покращення ефективності фінансового управління RecyclingSolution було зростання як виручки, так і чистого прибутку, зокрема, відповідно на 389373,0 тис. грн. та 20489,6 тис. грн. Проте негативними трендами було погіршення ефективності діяльності, зокрема, в 2018 р. було отримано лише збиток без формування доходів, а рентабельність діяльності зменшилася з 5,55% в 2019 р. до 5,26% в 2020 р. Про певне покращення бізнесу RecyclingSolution свідить зростання рентабельності активів з -20,12% (збитковість) до показника +9,95% в 2020 р. з піком рентабельності активів в +21,63% (в 2019 р.).

На основі проведеного узагальнення встановлено потребу в коригуванні ефективності управління фінансами в міжнародній компанії (зокрема RecyclingSolution), оскільки в даний час компанія розвивалася розбалансовано, масштаби та вектори діяльності не в повній мірі відповідали ринковому потенціалу та фінансовій стратегії бізнесу.

Список літератури:

1. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : Ніка-Центр, 2013. 528 с.
2. Бруслиновська І. В. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Бруслиновська, В. І. Матвійчук // Економіка і організація управління. - 2018. - Вип. 3. - С. 100-111.
3. Завідна Л. Д. Модель фінансової стратегії розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Л. Д. Завідна // Причорноморські економічні студії. - 2020. - Вип. 50(2). - С. 13-18.
4. Ковтун В. А. Напрями інноваційної та фінансової стратегії аграрних підприємств [Електронний ресурс] / В. А. Ковтун // Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка. - 2020. - Вип. 1. - С. 124-131.
5. Мироненко Є. В. Сучасний стан формування фінансової стратегії в системі управління промисловим підприємством [Електронний ресурс] / Є. В. Мироненко, С. О. Баркова, В. В. Єржакова // Економічний вісник Донбасу. - 2020. - № 3. - С. 122-130.
6. Хлевицька Т. Б. Науково-методичний підхід до вибору фінансової стратегії підприємства [Електронний ресурс] / Т. Б. Хлевицька, Н. О. Плевако // Проблеми економіки. - 2020. - № 4. - С. 241-248.

Kovalenko Olga

B2B INFLUENCER MARKETING

The information revolution and the rapid development of Internet technologies are influencing traditional ways and methods of marketing, encouraging companies to look for new ways to compete. Consumers tend to be skeptical of corporate messages

and much more likely to trust the words of authoritative people who, by posting content on their social media pages, influence purchasing decisions. The popularity of social networks themselves has led to the emergence of a large number of bloggers and streamers, and, as a consequence, their audiences, readers and advertisers.

Many marketing tactics have the same goals and work similarly for both B2C and B2B. Despite stereotypes, influencer marketing plays a more important role for B2B than B2C, as the size of the order in B2B usually prevails than in B2C, and the influence of referrals and word of mouth is more valuable for the success of the company.

According to Business Insider Intelligence, brands plan to spend about \$ 15 billion on influencer marketing by 2022, which emphasizes the rapid development of such a channel of communication with potential audiences. [1] The main objectives of marketing influencers are to increase brand awareness, reach as many potential customers as possible, create meaningful and relevant content, and build industry connections. Therefore, successful implementation depends on cooperation with people who understand the activities in the chosen industry, individuals who have the ability to deliver the desired message and influence corporate customers.

B2B marketing is completely moving to the Internet, so in order to meet customer demand for relevant and desirable content where they want it, the vast majority of B2B marketers integrate influencer marketing with other marketing activities. To achieve such important results as increasing brand awareness and generating potential customers with the help of influencers, it is effective to combine messages with different channels [2]:

- Social media (90%) and content marketing (83%) - places where a significant part of B2B marketing activities is concentrated,
- PR activities (56%), which is responsible for brand building and thought leadership,
- SEO keywords (50%) are used to select influential people, plan content and promote,
- Branding (43%) is synchronized with the marketing of influential people to inform about the brand,

- ABM (32%) provides an opportunity to increase trust in the content used for targeted accounts.

B2B marketers need to build relationships with trusted experts who can become brand supporters themselves, which will further facilitate communication with hard-to-reach audiences.

Therefore, the goal is not to solve all the problems instantly. It is about building long-term interaction with selected experts, which will bring results throughout the period of cooperation, making the company's brand stronger and more attractive in the perception of the target audience. Moreover, working with influencers in B2B is often not just work on the terms of purchase and sale, but mutually beneficial cooperation of the parties, when each of them receives certain bonuses from cooperation. Thus, an ongoing approach to the influencer marketing is based on finding, integrating and improving relationships with those experts whom customers listen to and trust [3].

Influencers in B2B are most often micro-influencers with an audience of 1,000 to 10,000 active subscribers, with whom they have a live dialogue. 1,000 B2B professionals is already a very large audience, comparable to the audience of a good industry trade show or webinar [4].

Also, when choosing influencers in the B2B sphere, companies should be guided not by quantitative indicators (audience size or the number of video views), but by qualitative indicators (for example, the quality of the audience, the level of sources referring to the influencer, etc.).

That is why, information and content provided by industry experts create benefits for all participants: customers receive quality and necessary content, influencers increase the trust of the audience, and companies:[2]

- increase brand awareness (84% of),
- brand reputation (58%),
- brand advocacy (32%),
- lead generation (69%),
- increase sales / revenue (20%).

Bibliography:

1. Insider Intelligence. "Influencer Marketing: Social media influencer market stats and research for 2021." Accessed November 10, 2021. <https://www.insiderintelligence.com/insights/influencer-marketing-report/>.
2. TopRank Marketing. "2020 B2B Influencer Marketing Research Report." Accessed November 5, 2021. <https://www.toprankmarketing.com/wp-content/uploads/pdf/2020-b2b-influencer-report-final.pdf>.
3. Jaleh Lapitan-Ashtiani, "B2B Influencer Marketing: What to consider for a more efficient strategy and measurement of ROI" (PhD thesis, Arcada University of Applied Sciences in Finland, 2020).
4. Tendo. "Make your mark with B2B influencer marketing." Accessed November 10, 2021. https://tendocom.com/wp-content/uploads/2017/04/Tendo-Communications_Influencer-ebook.pdf.

Кравченко Р.В.

ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МІГРАНТІВ В ПІВДЕННІЙ КОРЕЇ

Посідаючи 11 місце серед найбільших економік світу та 4 місце в Азії, Південна Корея славиться винятковою трансформацією з однієї з найбідніших країн світу до розвинутої країни з високим рівнем доходів лише за одне покоління. Однак Південна Корея стикається зі старінням нації, жорстким ринком праці та залежністю від імпорту. Як країна з найнижчим рівнем народжуваності та найшвидшим старінням нації серед усіх країн ОЕСР, Південна Корея зазнає зменшення робочої сили. Продовження та збільшення міграції є можливим способом збереження необхідної кількості робочої сили та економічного зростання. Паралельно зі становленням економіки Південної Кореї зростає і кількість іноземців, які шукають роботу в країні «дива над річкою Хан». Багато з них працевлаштовуються, закінчивши своє навчання в цій країні, або після укладення шлюбу з громадянами Південної Кореї. Головні вимоги до іноземних громадян, які прагнуть працювати в Південній Кореї на законних підставах, вказані в корейському «Законі про імміграційний контроль» (Immigration Control Act) (з останніми змінами, внесеними Законом № 10282 від 14 травня 2010 року) [1]. Найвнішть однієї з 15 перерахованих нижче віз дозволяє іноземцю працевлаштовуватися в Південній Кореї: короткострокове працевлаштування (С-4); професор (Е-1); викладач іноземної мови (Е-2); наукові дослідження (Е-3); передача технологій (Е-4); професійна зайнятість (Е-5); зайнятість у сфері мистецтва та розваг (Е-6); особливі професії (Е-7); непрофесійне працевлаштування (Е-9); член екіпажу судна (Е-10); туристична з дозволом на роботу (Working Holiday) (Н-1); робочий візит (для етнічних корейців з Китаю чи колишніх республік СРСР) (Н-2); проживання (F-2); закордонні корейці (F-4); постійне проживання (F-5)[2]. Імігранти, які перебувають у шлюбі та не мають корейського громадянства, можуть отримати доступ до «Навчання

безробітних працівників». Система дозволів на працевлаштування (The Employment Permit System) - це система для тимчасової неsezонної міграції робочої сили для низькокваліфікованих робітників для малих та середніх фірм (менше ніж 300 працівників) у виробництві, будівництві, сільському господарстві та рибному господарстві. Дана система дозволяє отримати візу E9 на 3 роки та одну пролонгацію терміну (1 рік й 10 місяців), тобто 4 роки і 10 місяців; з повторним в'їздом, загалом 9 років і 8 місяців у Кореї. Система розроблена для забезпечення малого бізнесу (який стикається з хронічною нестачею робочої сили) дозволами на працевлаштування, що дозволяє їм легально наймати непрофесійних іноземних працівників. Водночас вона також була створена для захисту іноземних працівників від таких проблем, як порушення прав людини, несправедливі умови праці та зловживання приватних фірм [3]. Корея має укладені Меморандуми про взаєморозуміння із 15 країнами-донорами (див. Рис. 1).

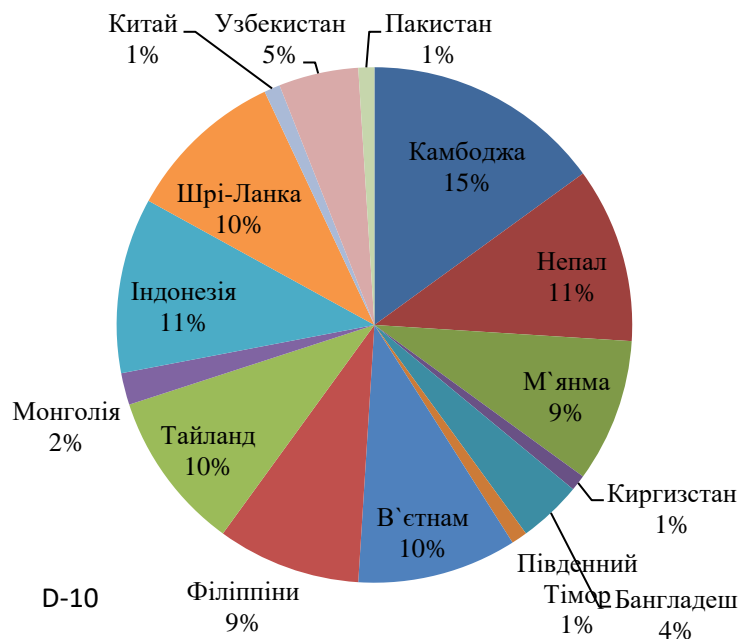


Рис. 1 Квота працівників EPS (віза E9) у 2015 році [3]

Нова система видачі візи D-10 була запроваджена у 2018 році, створивши бальну систему для видачі візи. Візу D-10 може отримати:

- попередній співробітник компанії, переліченої у списку Fortune Global 500 більше одного разу з останніх трьох років;
- нещодавні (впродовж останніх трьох років) випускники 200 найкращих університетів, що увійшли до рейтингу Times University Higher Education World University; або

- нещодавні (протягом останніх трьох років) випускники корейського коледжу чи вищого навчального закладу.

У зв'язку з COVID-19 багатьом трудовим мігрантам не вдалося повернутися додому, тому в Південній Кореї деякі з них несподівано стали «нелегальними». Багато мігрантів також стикалися з економічними труднощами, втративши роботу та залишившись безробітними через економічну кризу, що виникла в результаті пандемії, що погіршувалося посиленням дискримінації та расизму щодо них[4].

Таким чином, Південну Корею можна вважати центром тяжіння робочої сили в регіоні. Подібно до інших розвинутих країн, Корея стикається з необхідністю залучення мігрантів. Система дозволів на працевлаштування була впроваджена, щоб сприяти забезпеченню постійної робочої сили та, через це, збалансованому розвитку корейської економіки, дозволяючи малому та середньому бізнесу легально наймати непрофесійних іноземних працівників після отримання дозволів на працевлаштування від уряду.

Список літератури:

1. IMMIGRATION ACT [Електронний ресурс] // KoreaLegislationResearchInstitute. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=33079&lang=ENG.
2. KoreaVisaPortal [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.visa.go.kr/?LANG_TYPE=EN.
3. Park Young-bum. Korea`s Temporary Low-skilled Foreign Worker Program Employment Permit System [Електронний ресурс] / Park Young-bum, Kim Myung-hui // Human Resources Development Service of Korea. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.hrdkorea.or.kr/>
4. Ock H. No jobs, no flights home: Migrant workers stranded in S. Korea [Електронний ресурс] / Hyun-juOck // The Korea Herald by Herald Corporation. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200929000735>.

Кузнецова А.А.

AGILE-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ: АНАЛІЗ І ОСОБЛИВОСТІ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

З розвитком глобалізації, такий елемент корпоративного управління, як проєктний менеджмент компанії став одним із найбільш вагомих імперативів, що визначають успішність зростання та розвитку організації. Сучасні реалії

потребують від компаній гнучкості у процесах щодо провадження управлінської діяльності, а також під час безпосереднього контакту зі своїми клієнтами та реагуванні на їх запити.

В сучасних умовах розвитку, які характеризується інтенсифікацією глобалізаційних процесів та високим рівнем невизначеності та турбулентності, на думку багатьох експертів, актуалізується необхідність практичної імплементації у діяльність підприємницьких структур, так званих, адаптивних концепцій менеджменту. Все більше компанії фокусуються на своєму основному бізнесі, позбуваючись непрофільних активів та передаючи все більше другорядних функцій на аутсорсинг. Натомість, все більш вагому роль відіграє формування сучасного проєктного підходу в контексті управління бізнесом, що орієнтований на кінцевий результат з мінімальним використанням часу та коштів та інших видів ресурсів, який отримав назву Agile (від англ. *Agile* — «рухливий», «спритний», «еластичний»). Зазначений підхід формує принципово новий прогресивний інструментарій сфери управління, в тому числі й у сфері глобального бізнесу. Як свідчить аналіз міжнародної бізнес-практики, компанії, що застосовують у своїй діяльності принципи, що пропонує Agile методологія, швидше досягають задовільних результатів, ніж ті, які використовують лише класичні підходи в управлінні.

В історичному контексті варто зазначити, що деякі базисні принципи Agile-підходу було сформульовано ще у 1960 році Ф. Беконом. Проте на думку, експертів, логічніше вважати стартовим періодом розвитку Agile-методології 30-ті рр.. ХХ ст., коли фізик та статист Уолтер Шухарт із Лабораторії Белла (Bell Labs) почав застосовувати цикли «Плануй-Роби-Вивчай-Дій (Plan-Do-Study-Act) з метою вдосконалення й оптимізації продуктів та процесів. Його ученик, Едвардс Демінг, популяризував даний метод під час відновлення Японії після Другої Світової війни [1].

Ключова ідея Agile-менеджменту полягає в тому, що кожний окремий виконавець повинен усвідомлювати свою роль у спільній справі, а також кожен учасник процесу може внести свої раціональні пропозиції, це ітеративний підхід

до управління, вагому роль в реалізації якого відіграють безперервні релізи та зворотній зв'язок від клієнтів компанії. Ітераційний характер процесу означає, що проект рухається вперед за короткі цикли продуктивності, які включають такі кроки, як планування, тестування, розробка та перегляд результатів. У той час як один із таких циклів адаптації триває, очікується, що команда збирає відгуки зацікавлених сторін. І як тільки цей короткий цикл проекту підходить до завершення, отримані відгуки використовуються для планування нової ітерації наперед кілька тижнів [2]. Дана методологія управління, в першу чергу, надає менеджменту широку можливість реагувати і враховувати пріоритети серед вимог споживачів, що характеризуються високою динамікою змін в сучасних умовах функціонування глобального ринку, підвищує наочність і прозорість стану справ в проекті та сприяє зростанню продуктивності роботи команди. Як наслідок, компанія отримує більш якісний результат діяльності за рахунок відсутності бюрократичного розподілу ролей, який накладає штучні обмеження на висококваліфікованих фахівців, скорочення терміну виконання проекту та чіткого контролю за якістю виконання завдань [2].

Agile-менеджмент є сукупністю цінностей, принципів практик компанії, що надає можливість її менеджменту здійснювати на всіх рівнях планування та проектування роботи та формувати команди таким чином, що забезпечуватиме високий ступень адаптивності бізнесу до мінливих умов ринку та бізнес-середовища. Цей підхід застосовується для того, щоб підвищувати залученість клієнтів компанії, приймати зміни, ефективно взаємодіяти та сприяти досягненню якомога вищих результатів діяльності.

В той же час Agile методологія вимагає тісної командної співпраці та залучення клієнтів до процесу роботи. Це заохочує менеджерів планувати проекти за короткими циклами замість тривалих, тому що це єдиний спосіб реагувати на зміни та фактично адаптуватися до відгуків клієнтів. Нарешті, agile процес наполягає на мінімізації паперової роботи та підкреслює важливість взаємодії людей протягом усього циклу управління проектом. [3].

Загалом виділяють такі переваги застосування Agile методології:

– Agile підходи розширюють можливості членів команди, надаючи можливість розвивати відповідальність; заохочувати різноманітність ідей; впливати на процес; а також сприяння постійному вдосконаленню.

– Agile допомагає підвищити зацікавленість клієнтів і користувачів, оскільки Agile підходи є скоріше прогресивними та еволюційними, ніж революційними (які часто відчують опір із зовні).

– Agile дозволяє завчасно тестувати і відхиляти не ефективні рішення.

Говорячи про використання принципів Agile-менеджменту на практиці, виділяють такі етапи управління Agile-проектами [4]: прогнозування – створення бачення продукту/послуги високого рівня для клієнтів, а також визначення команди, яка буде залучена до проекту; спекулювання – збір командою необхідної інформації про продукти/послуги та розроблення плану ітерації на основі командного бачення проекту; дослідження – робота над результатами проекту, зосереджена на отриманні зворотного зв'язку від клієнта; адаптування – перегляд отриманих результати та при необхідності адаптування проекту до поточних умов; завершення – резюмація основних висновків.

Таким чином, використання Agile-методологій надає більше можливостей менеджменту бізнес-структур для маневру. В той же час Agile-менеджмент вимагає створення єдиної команди лідерів, усі члени якої готові звертатися до зовнішнього світу за натхненням для пошуку, а також для реалізації дійсно радикальних змін у діяльності компанії. Таким чином, команди наближаються до виняткової якості результатів роботи.

Список літератури:

1. Аппело Ю. Agile-менеджмент. Лідерство і управління коандами. / Юрген Аппело. – Масква: Альпіна Паблішер, 2018.
2. What is Agile project management [Електронний ресурс] // Association for Project Management. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.apm.org.uk/resources/find-a-resource/agile-project-management/>.
3. Agile Project Management [Електронний ресурс] // Atlassian – Режим доступу до ресурсу: atlassian.com/agile/project-management.
4. Agile Project Management: A Comprehensive Guide [Електронний ресурс] // Kanbanize – Режим доступу до ресурсу: <https://kanbanize.com/agile/project-management>.

НАПРУЖЕНІСТЬ СТОСУНКІВ ІТАЛІЇ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

Італія – це високорозвинена країна, яка є однією із співзасновників Європейського Союзу, бо вона входить до переліку країн, які підписали Паризький договір (1951) і на даний момент вважається третьою за величиною економікою ЄС, після виходу Великобританії, проте за більшістю економічних показників вона постійно значно відставала від своїх партнерів за інтеграційним угрупованням, і вже доволі тривалий час країну вважали лише «хворою людиною ЄС», особливо важкий удар був завданий країні під час пандемії Covid-19, і не дивлячись на те, що країна є другим за величиною виробником промислових товарів в ЄС, її північні партнери за угрупованням дивлячись на стереотипи, які існують про її економіку не сприймають її серйозно.

Серед європейських політиків доволі часто звучать заяви щодо недієздатності Італії в її сучасному стані, проте більшість з них наголошують, що без вкладу країни неможливе піднесення всього ЄС, особливо різкою була критика уряду Джузеппе Конте під час його виступу в Європейському парламенті, коли бельгійський політик Гі Вергофстадт назвав прем'єр-міністра маріонеткою і виступив проти його імміграційної (ініціатива посилення захисту кордону та скасування статусу гуманітарного захисту для мігрантів) та бюджетної політики, яка суперечила головним цілям, які були обрані ЄС тим роком, що в свою чергу почало значно підривати відносини з Німеччиною, Францією та Іспанією. Особливо напруженими стали стосунки з Францією, що привело до відкликання італійського посла з Парижа у 2019 році, як факт підтримки заяви тодішнього віце-прем'єра, про те, що Французький центральний банк і валюта, яка ним регулюється в африканських країнах не дає можливості цим країнам активно розвиватися. [1-2]

Ще одним приводом для погіршення стосунків між Італією та ЄС можна вважати ефект, який був спричинений на економіку Італії через впровадження євро в 1999 році, бо за даними до 2000 року країна за рівнем та динамікою розвитку випереджала Великобританію, тобто активно розвивалася, але після

запровадження євро знову почала від неї відставати вже у 2002 році, а у 2005 році почала відставати і від Франції, а у 2019 році дохід на душу населення на 20% був нижчим ніж у Німеччині, бо для Італії стагнація економіки та введення євро були ніби взаємними процесами. Загалом такий негативний ефект на економіку країни був спричинений тим, що вартість євро виражає середню потужність економік країн-членів ЄС, тобто для Німеччини валюта є дешевою, а ось у випадку Італії навпаки. Значний негативний вплив також був спричинений через боргову кризу в зоні євро, від якої Італія стала однією з найбільш постраждалих країн, відбувся розпродаж акцій банками, а також різко впали цини на державні облігації, а борг почав перевищувати 120% від ВВП, а інші країни та більшість їхніх політичних діячів не були налаштовані за власний рахунок допомагати подоланню кризи в постраждалих країнах, тому можна вважати, що основне погіршення у стосунках відбулося через боргову та міграційну кризу ЄС 2011-2015 рр. [3]

Напруженість відносин продовжилося і у 2020 році, яка спостерігалася не тільки між ЄС та Італією, бо велика кількість європейських політиків та аналітиків виступали з критикою політики ЄС щодо поширення пандемії Covid-19, проте все-таки найбільше критики йшло зі сторони саме Італії, бо вона першою відчула негативні наслідки пандемії і загалом постраждала найбільше з поміж всіх країн-членів ЄС, критика стосувалася того, що в той час коли була необхідно посилити співпрацю між всіма членами, на їхню думку союз кинув їх напризволяще без усіякої підтримки, і цією думки дотримуються багато італійців, і майже 50% висловили думку щодо відсутності економічної ефективності від участі країни в ЄС та бажання щодо виходу її з союзу, і частина італійців висловила ще й бажання посилити співпрацю з Китаєм та Росією замість країн-членів ЄС, проте все-таки правлячі кола країни продовжують наполягати на подальшій участі в ЄС. [4]

Уряд Маріо Драгі у 2021 році виявив бажання все-таки повернутися до проєвропейського напрямлення, проте не відкидаючи ідеї багатосторонньої співпраці не зосереджуючись виключно на ЄС, та незважаючи на погіршення відносин, Рим сподівається отримати грошову підтримку від ЄС для подолання

негативних наслідків пандемії, і саме в програмах ЄС та фонді відновлення ЄС уряд вбачає найкращі можливості для відновлення країни, і загалом завдяки позитивним результатам проведення вакцинації, частка повністю вакцинованих людей є другою за величиною серед країн Великої сімки, планується отримати 205 млрд. євро відповідно до плану «Newgeneration». [5-6]

Проте не дивлячись на напруженість у відносинах між ЄС та Італією, говорити про можливість виходу країни з інтеграційного угруповання не варто, бо все-таки країна сильно зав'язана в економічних стосунках саме з країнами ЄС, бо найбільші партнери за зовнішньою торгівлею – це країни угруповання, а також вони є і найбільшими інвесторами в економіку Італії, і зараз найкращою можливістю для відновлення після пандемії є саме налагодження стосунків та співпраця з країнами ЄС.

Список літератури:

1. AngelaGiuffrida. GuyVerhofstadtcallsItalianPM 'puppet' inangryexchange. 2019 URL: <https://www.theguardian.com/world/2019/feb/13/mep-guy-verhofstadt-calls-italian-premier-giuseppe-conte-puppet-sparking-angry-exchange>.
2. FedericoSolfrini. ItalyintheEU: sharedpriorities, provocativepolitics. 2019.URL: https://ecfr.eu/article/commentary_italy_in_the_eu_shared_priorities_provocative_politics/.
3. Philipp Heimberger. Seven 'surprising' facts about the Italian economy. 2020.URL: <https://socialeurope.eu/seven-surprising-facts-about-the-italian-economy>.
4. Franca Loewer Michele Mioni. European Solidarity” in the Covid-crisis : Italy and the discursive dimension of the European public space. 2020.URL: <http://politique-europeenne.eu/european-solidarity-in-the-covid-crisis-italy-and-the-discursive-dimension-of-the-european-public-space/>.
5. Teresa Coratella. Rome’s moment: Draghi, multilateralism, and Italy’s new strategy. 2021.URL: <https://ecfr.eu/wp-content/uploads/Romes-moment-Draghi-multilateralism-and-Italys-new-strategy.pdf>.
6. Valentina Romei. Investment helps Italy’s economy accelerate out of pandemic. 2021.URL: <https://www.ft.com/content/14a03110-bc70-4cac-8dd8-bc90cf083070>.

Кучина Д.

ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ

Сучасний експорт України знаходиться у поганому стані через те що зовнішньоторговельне сальдо є від’ємним, а також дуже висока та жорстка конкуренція на міжнародних аренах.

Головне завдання на теперішній час це розвиток та сприяння експортному потенціалу України.

Можливості та експортний потенціал України дуже великий, такий що наша країна може реалізувати та позиціонувати себе як рівноправний партнер для Європейського Союзу, які можуть бути інтегровані у світові поставки товарів та послуг та деяка інтеграція вже є актуалізованою. Аналіз зовнішньоторговельного балансу України за 2015-2019 допомагає зробити прогнози та проаналізувати які країни лідери з експорту та побачити їх потреби.

Міжнародні стандарти, які будуть прийняті як ідентичні стандарти до національних та використання їх заінтересованими суб'єктами господарювання допоможе усуненню торгових бар'єрів та прискорить вихід підприємств-виробників та експортерів на міжнародну арену.

Стимулювання експорту повністю залежить від державних установ, а також аналіз їх роботи можна побачити через позитивні та негативні фактори ефективності системи державного стимулювання через збільшення або зменшення.

Основними напрямками сприяння експорту є забезпечення стабільного розвитку та реалізація експортного потенціалу, воно здійснюється завдяки таким чинникам:

1. фінансова підтримка (кредити, пряме фінансування, гарантії, субсидії, зони розвитку експорту, спеціальні економічні зони та гранти)
2. інформаційна підтримка (пошук партнерів, проведення тренінгів, зв'язки з новими експортерами, консультації, вихід на нові ринки)
3. спрощення торговельних процедур (підписання двосторонніх домовленостей щодо надання привілеїв та сприяння)
4. зниження торгових бар'єрів (членство СОТ та регіональні торговельні угруповання)
5. розвинута структура
6. макроекономічна та політична стабільність
7. інвестиційний клімат

Європейський напрям управління до якого так прагне бути ближче наша країна вимушує переглядати свої підходи до здійснення експортної діяльності,

створити нові стратегії програми удосконалення зовнішньоекономічної та зовнішньополітичної політики України, а також будь-які заходи задля підтримки та стимулювання експорту. Найактуальніше завдання з усіх було та залишається визначення основних напрямків і конкретних перспективних заходів у сфері, яка сприяння ефективній реалізації експортного потенціалу України.

В. Мовчан, Т. Мельник, Л. Івашова, Ю. Верланов, Н. Осадча, І. Орлик та ін. Саме ці вчені приділяють багато уваги, щоб дізнатись, які саме шляхи вирішення актуальних проблемам, які можуть перешкоджати українському експорту.

Нові методи управління національною експортною діяльністю мають стати найголовнішими у способах які використовує держава, а також потрібно звернути увагу та вирішити всі проблеми у сфері експортного потенціалу.

Список літератури:

1. Макаренко П. Концептуальні основи оцінки ефективності економічної політики держави / П. Макаренко, Л. Мірошник // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». Серія: Економіка і підприємництво. – 2003. – №3.
2. Алексєєнко Л. М. Економічний словник: банківська справа, фондовий ринок (укр.-англ.-рос. тлумачний словник) / Л. М. Алексєєнко, В. М. Олексієнко, А. І. Юркевич. – К.: Видавничий будинок «Максимум», Тернопіль: «Економічна думка», 2000.
3. Hoppen, Dieter: Vertriebsmanagement Steuerung der Firmenkungeschaeftsim Inland und im Export: Lehrbuch und nachschlagewerk; mit Tabellen / von Dieter Hoppen. – Muenchen, Wien: Oldenbourg. – 1999. – S. 312. (Managementwissen fuer Studium und Praxis).
4. Сучасний стан та проблеми експортної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/zakon_kr_perebuv//459

Лавриненко Ю.Д.

СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ У СФЕРІ МЕДІА-БІЗНЕСУ

Стрімкий розвиток інформаційних технологій в сучасному суспільстві викликає ряд трендів, які активно впливають на ту чи іншу сферу діяльності і виробництва. Під цим впливом у медіа-індустрії відбувається процес конвергенції.

Під «конвергенцією в медіа-індустрії» розуміється процес інтеграції традиційних і нових медіа, що супроводжується дублюванням контенту й / чи створенням альтернативних медіа-майданчиків [2, с. 16]. XXI століття виступило століттям високошвидкісних інформаційних технологій. Інформація проникає

всюди, так за декілька секунд новину щодо події, що сталася в тій чи іншій країні, знає весь світ. Користувач почав бути мобільним і він не готовий чекати деякий час для одержання новин, інформація потрібна в режимі он-лайн 24 години на добу.

Під конвергенцією сучасних засобів масової інформації (ЗМІ) розуміють «взаємопроникнення, взаємодію, інтеграцію комунікативних засобів і сучасних технологій в єдиний інформаційний ресурс» [4, с. 256].

У багатоаспектному аналізі конвергентних процесів в системі ЗМІ на сьогоднішній день описуються різноманітні типи конвергенції ЗМІ, умовно поділені на чотири групи [1]:

- «конвергенція як бізнес-стратегія медіа-холдингу, націлена на оптимізацію витрат і зайнятості людей, збільшення ефективності за рахунок обміну інформацією;
- конвергенція як тактика міжвидового партнерства ЗМІ;
- конвергенція як «перепакуння» медіа-продукції для різних ЗМІ;
- конвергенція як новий цифровий вид передачі інформації».

До результатів процесів конвергенції медіа-індустрії належать зміни форми ЗМІ, пристроїв для одержання медіа-продукції, каналів поширення, а також форми споживання медіа-продуктів. Процес зміни форми ЗМІ одержав найменування «діджиталізація» (оцифрування від англ. digitalization), під яким розуміється поширення контенту ЗМІ в цифровому форматі, який містить в собі всі види подачі інформації. У нових ЗМІ не існує бар'єрів часу чи відстані. Здебільшого, інформація знаходиться в мережі Інтернет і є доступною в будь-який час і в будь-якому місці. Через зміну форм ЗМІ зростає читацька аудиторія, що спроможна сприйняти інформацію в тому вигляді, який найбільш зручний для певної людини в певний час. Крім того, в результаті злиття тексту, звуку і зображення, що передаються одночасно в інтерактивному режимі, ЗМІ отримали виключно важливу характеристику – мультимедійність [6, р. 448]. Зміна способу подачі призвела до підвищення інтерактивності інформації. Зазначені фактори спричиняють підвищення якості інформації, орієнтованості редакції на

індивідуального читача. Завдяки здоровій конкуренції і загальнодоступності каналів поширення інформації збільшується достовірність контенту, що позитивно позначається на довірі аудиторії.

Як вже було зазначено, нині стан розвитку медіа-індустрії характеризується високим ступенем конвергенції та зрощенням секторів. Середньостатистичний споживач одержує контент як мінімум з 3 технологічних пристроїв: смартфона, планшета, ноутбука. Таким чином, традиційні ЗМІ не можуть в повній мірі задовольнити потреби сучасної людини, тому сучасна медіа-індустрія використовує нову, але вже неймовірно успішну за кордоном технологію – трансмедіа сторітеллінг.

Під трансмедією розуміється особливий спосіб донесення інформації, історії, розповіді, для розвитку якої застосовуються сучасні технології, різноманітні формати, а також декілька різних сучасних носіїв і платформ [5]. Особливість останньої полягає в тому, що кожен окремий проєкт перетворюється та являє собою розважальну франшизу: головні герої, світ їх історії існує одночасно та має продовження у фільмах, серіалах, книгах, відео, коміксах, комп'ютерних іграх, а також вуличних квестах. Кожне з медіаджерел надає глядачеві змогу подивитися на героїв та саму історію під іншим кутом зору. До однієї з головних умов технології трансмедіа відноситься логічний взаємозв'язок всіх платформ, що використовуються, проте, не дивлячись на тісний зв'язок, кожне з медіа лишається автономним.

До ключових елементів сторітеллінгу відноситься сюжет, персонажі і точка зору оповідача [3, с. 23]. Специфіка трансмедіа-проєктів полягає в технології залучення споживача в процес створення і розвитку події, коли глядач є не просто звичайним споживачем контенту, стороннім спостерігачем, а повноцінним учасником і частково творцем моделюємої дії. Саме ця відмінна риса трансмедіа сторітеллінгу значно виділяє дану технологію серед інших. Процес участі привертає велику кількість глядачів і тим сам забезпечує високі рейтинги, на кшталт, телевізійних програм, що функціонують в рамках трансмедіа-проєкту.

Підсумовуючи все вищесказане, можна сказати, що сучасна медіа-індустрія знаходиться в фазі безперервних структурних трансформацій, для вирішення яких застосовуються інноваційні методи і засоби, що обумовлює її особливості, зокрема такі як конвергенція і застосування трансмедіа сторітеллінгу.

Список літератури:

1. Вартанова Е.Л. Конвергенция как неизбежность. О роли технологического фактора в трансформации современных медиасистем / под ред. Я.Н. Засурского, Е.Л. Вартановой. Москва: Изд-во МГУ, 2000.
2. Коломоец Е. С. Особенности конвергентных процессов в медиаиндустрии. Медиафера: тенденции и перспективы развития: материалы первой-третьей научно-практических конференций, 27 февраля 2014 г., 17 апреля 2015 г., 19 ноября 2015 г. / Под ред. д-ра соц. наук, доц. А. А. Маркова. СПб.: ФГБОУВО СПбГЭУ, 2016. 65 с.
3. Минеева А. А. Специфика трансмедиапроектов в современной медиаиндустрии. Медиафера: тенденции и перспективы развития: материалы первой-третьей научно-практических конференций, 27 февраля 2014 г., 17 апреля 2015 г., 19 ноября 2015 г. / Под ред. д-ра соц. наук, доц. А. А. Маркова. СПб.: ФГБОУВО СПбГЭУ, 2016. 65 с.
4. Радущинская А.И. Классификация типов конвергенции средств массовой информации. Актуальные проблемы развития медиаиндустрии на современном этапе: материалы III международной научно-практической конференции, 28-29 ноября 2014 года / под ред. А.Д. Евменова. СПб.: ГБОУ СПбГИКиТ, 2014. С. 256–258.
5. Jenkins H. Transmedia Storytelling. Confessions of an Aca-Fan: Official Weblog of H. Jenkins. URL: http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
6. Ornebring H. Alternative Reality Gaming and Convergence Culture: The Case of Alias. International Journal of Cultural Studies. 2007. Vol. 10. № 4. P. 445–462.

Маринчук М.В.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОЇ КОРПОРАЦІЇ GOOGLE

Інформаційна революція та цифровізація глобальної економіки зумовили потребу в розвитку цифрового ринку послуг. Зокрема, дана галузь є доволі інноваційною та динамічною, тому прогнозування векторів розвитку глобальних корпорацій галузі має стратегічне значення для їх ринкової успішності. Саме тому актуальним є поглиблене дослідження особливостей розробки, реалізації та контролю ринкових стратегій в іт та цифровому бізнесу.

Питаннями дослідження розробки, реалізації та контролю ринкових стратегій в іт та цифровому бізнесу займалася значна кількість науковців, зокрема, Т. В. Блудова, О. Л. Шапошник, І. І. Богатирьов, О. С. Бурміч, Ю. В. Вдовиченко, О. В. Гаврилюк, Г.І. Кіндрацька, О. І. Кліпкова та інші.

Google — багатонаціональна інтернет-компанія з Каліфорнії, яка надає цифрові продукти та послуги, такі як онлайн-пошук і реклама, хмарні обчислення та програмне забезпечення [1]. У жовтні 2020 року Google зайняв перше місце серед найбільш відвідуваних багатоплатформних веб-ресурсів у США із трохи більше ніж 270 млн. унікальних відвідувачів із США та часткою ринку 61,4 % серед провідних постачальників пошукових систем у США. Ринкова капіталізація материнської компанії Alphabet у лютому 2021 р. оцінювалася в 1,4 трлн. дол. США. У 2015 р. американський багатонаціональний конгломерат Alphabet Inc. був створений як материнська компанія Google і кількох інших компаній, які раніше належали Google або були пов'язані з нею. Реорганізація Google в Alphabet була завершена 2 жовтня 2015 р.

У 2020 р. більшість із 181,7 млрд. дол. США доходу компанії було отримано від реклами через Google Sites або Google Network Sites – у 2020 р. дохід від реклами Google Sites склав 123,83 млрд. дол. США. Річний дохід від реклами веб-сайтів мережі Google перевищив 23 млрд. дол. США. Квартальний дохід Google демонструє загальне зростання з 41 млрд. дол. США в 1 кв. 2020 р. до 61,7 млрд. дол. США у 2 кв. 2021 р.[2].

Існує багато локалізованих версій Пошуку Google. Серед провідних пошукових систем частка світового ринку Google у січні 2021 р. становила майже 88 %. Хоча продукт Google спочатку був заснований на онлайн-пошуку, компанія значно розширила свої послуги протягом багатьох років. Сайт для обміну відеоконтентом YouTube був одним із найплідніших і найдорожчих придбань Google і був сильно інтегрований в онлайн-присутність Google, його поширеність у всьому світі змінила динаміку створюваного користувачами вмісту та онлайн-курсання відео. YouTube користується популярністю серед усіх вікових груп, а найпопулярнішим партнерським каналом YouTube у США у серпні 2020 р. Був WarnerMusic@YouTube з 37,54 млн. унікальних користувачів.

Окрім онлайн-пошуку, реклами та онлайн-відео, Google розширив додатковий контент, зокрема мобільну операційну систему Android, яка станом на червень 2021 р. становила майже 73% світового ринку операційних систем для

смартфонів. Контент для пристроїв Android можна придбати через GooglePlay Store, платформу розповсюдження цифрових додатків, через яку доступні майже 3 мільйони програм.

Проведена оцінка бізнесу міжнародної корпорації “Google” яко днієї з провідних цифрових компаній століття вказує на диверсифікований характер діяльності як за продуктовим, так і за географічним вектором розвитку, зокрема, компанія демонструє стійку капіталізацію та провідні лідерські позиції на ринку цифрових технологій.

Список літератури:

1. Google's Strategy: Will Google Eat Your Business Next? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/stevefaktor/2013/05/23/featuredeconstructing-googlersquos-strategy-will-google-eat-your-business-next/>
2. EntrepreneurialInnovationatGoogle [Електроннийресурс]. – Режимдоступу: http://www.albertosavoia.com/uploads/1/4/0/9/14099067/entrepreneurialinnovationatgoogle_publishedversion.pdf

Павлюченко М. О.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ РЕКЛАМИ БІЗНЕСУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Інтернет вже давно став необхідним елементом людського життя. Це інструмент для комунікації, роботи, пошуку інформації та розваг для мільярдів людей. За даними глобального статистичного ресурсу - [statista.com](http://www.statista.com), майже 91% жителів жителів Європейського континенту мають доступ до стабільного інтернету та проводять там кожен день щонайменше 30 хвилин. Все це робить «всесвітню павутину» ідеальним місцем для пошуку та залучення клієнтів завдяки різноманітним рекламним інструментам [3].

Взагалі, термін «реклама» охоплює фактично усі маркетингові інструменти, які можна використовувати для комунікації з потенційними клієнтами. На сьогоднішній день існує велика кількість видів та інструментів, але для розуміння суті інтернет реклами необхідно зосередитися на наймасшбаниших та універсальних, та розуміти їх переваги від традиційних каналів реклами. Тут можна виділити 5 конкретних пунктів [1]:

1) Інтерактивність.

На відміну від більшості видів реклами, з оголошеннями в інтернеті користувач може безпосередньо взаємодіяти. Інтерактивність дозволяє досягти наступних дій від користувача: переходи на сайт, конверсії, покупки, замовлення послуги, реєстрація, підписки та ін.[2]

2) Постійно зростаючі охоплення

Для Інтернету не існує обмежень щодо астрономічного часу показів, або географічного розташування аудиторії. Лише за 24 години одне оголошення може проглянути тисячі унікальних та цільових користувачів, При цьому потенційне охоплення безперервно збільшується, оскільки інтернет-технології все сильніше проникають у повсякденне життя не лише молодих поколінь, а й людей, що старше.

3) Висока швидкість віддачі

Реклама працює набагато швидше за будь-який інший інструмент для просування сайту. На підготовку кампанії, налаштування показів та запуск потрібно в рази менше часу, а перші результати ви отримуєте вже в день розміщення.

4) Можливість просування своїх продуктів лише для цільової аудиторії.

Таргетинг - це одна з основних переваг сучасних маркетингових інструментів. З його допомогою можна виділити лише цільову групу користувачів, які побачать оголошення. За допомогою детального націлювання стало набагато легше виділяти цільову аудиторію за різними параметрами, починаючи від інтересів та географічного розташування, закінчуючи належністю до певних соціальних груп, або за рівнем доходу.

5) Легко виміряти ефективність

Ви можете відстежувати весь ланцюжок взаємодії зі споживачем від першого прояву інтересу до продукту та аж до здійснення ключової дії. Тому рекламу часто використовують як інструмент для збору даних про цільову аудиторію та ефективність маркетингу на сайті. Грунтуючись на поведінкових даних, ви можете тестувати різні варіанти УТП, змінювати інтерфейс користувача для

максимальної конверсії, коригувати контент посадкових сторінок ресурсу [4].

Отже, використання інтернет-реклами для розвитку бізнесу дає ряд важливих переваг перед традиційними методами просування власних товарів та послуг. Але для того щоб вона працювала ефективно, необхідно досконало розібратися в її технічних аспектах. Важливо пам'ятати, що методи залучення клієнтів до інтернету постійно змінюються, як і переваги вашої ЦА. Тому слід завжди відстежувати актуальні тренди, шукати та тестувати нові методи розвитку бізнесу у мережі.

Список літератури:

1. Columbia for advertiser [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.colombiaonline.com/blog/the-benefits-of-online-advertising/>
2. Bizadmark [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.bizadmark.com/intracative-digital-advertising/>
3. Statista [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/3853/internet-usage-in-europe/#dossierKeyfigures>
4. Freshsparks [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://freshsparks.com/digital-marketing-success/>

Пасевич А. І.

СУПЕРЕЧНОСТІ СУЧАСНОГО ЕТАПУ ГЛОБАЛЬНОЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Глобалізація швидкими темпами стала невід'ємною частиною нашого життя. З одного боку цей процес є послідовним, передбачуваним та еволюційним етапом розвитку світової економіки, а з іншого слід згадати про його асиметричність та дискретність. Виділення суперечностей, нерівномірності розповсюдження, дуалізму глобальних процесів, які мають прямий вплив на сучасну світову економіку є важливими складовими даного дослідження.

Метою даної роботи є дослідження суті глобальних процесів, виділити позитивні та негативні сторони глобалізації, дослідити особливості прояву суперечностей глобальних процесів, провести порівняльний аналіз економік розвинутих країн та країн, що розвиваються.

Методи дослідження. Наукову роботу виконано на основі загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання, які об'єднані системним підходом, що

дозволило з'ясувати сутність досліджуваних явищ і процесів з урахуванням зв'язків, які між ними виникають. Застосовувалися діалектичний, функціональний, системно-структурний, порівняльно-правовий, моделювальний методи. Також використовувалися методи аналізу і синтезу, дедукції та індукції, які використовувалися під час визначення особливостей, суперечностей, нерівномірності розвитку країн на сучасному етапі глобальної світової економіки.

Інформаційна база дослідження відображає статистичні і проектні дані в галузі міжнародних економічних відносинах, експертні дані та нормативно-методичні документи Кабінету Міністрів України та урядів інших країн, звіти міжнародних організацій: Світового Банку, Міжнародного валютного фонду, Організації економічного співробітництва і розвитку, наукова література.

Глобалізація привнесла в наш світ багато позитиву, такого як відкритість кордонів, доступ до більшої кількості товарів, послуг, іноземного капіталу та технологій, більшу обізнаність про інші культури, проте в той же час ми можемо сказати, що глобалізація зробила багатих багатішими, а бідних – біднішими, призвела до міграційної кризи, а ТНК та ТНБ мають більший вплив на глобальну економіку ніж деякі країни[1].

Способи, якими здійснюється глобалізація, не є нейтральними, а часто просуваються певні власні інтереси за рахунок загального блага. Таким чином, домінуючі інституції, що просувають неоліберальну глобалізацію, просякнуті внутрішніми суперечностями, що різним чином сприяють та гальмують соціально-економічні та політико-культурний прогрес та призводять до значної нерівномірності розвитку країн.

З глобалізованої економіки виникають багато суперечностей[2]. Першим і скоріш за все початковим протиріччям є поглиблення різниці між розвитими країнами та країнами, що розвиваються, сьогодні в епоху глобалізації. Як і раніше, так і сьогодні є факт нерівномірного розподілу влади у світовій економіці. Виходячи з цього тут можна зробити висновок, що світова сила, тобто світове багатство, зосереджено в одній невеликій кількості країн. Зберігається тенденція до поглиблення розбіжності в розвитку між розвиненими і менш розвиненими

країнами, співвідношення, виходячи з рівня розвитку, виміряного за ВВП між розвиненими і найменш розвинутими країнами в 1946 році, становить 10:1, а в 2010 становить понад 94.3:1. З іншого боку, зв'язок між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються з 11:1 у 1946 р. зараз становить 15.3:1. Найбільш чітко це представлено даними в таблиці 1.

Якщо ми продовжимо дану таблицю до 2020 року, то тенденція не зміниться. Станом на 2020 рік розрив між розвиненими країнами та найменш розвиненими становить близько 99:1, якщо ж подивитися на відношення розвинених країн до всіх країн, що розвиваються то він є має тенденцію до зниження і за останніми даними складає близько 15:1, це значною мірою пов'язано з посиленням ролі Китаю та країн БРІКС.

Таблиця 1 – Розбіжність в рівні розвитку між розвиненими країнами і нерозвинутими країнами, розвиненими країнами і країнами, що розвиваються за період з 1946 по 2010 р.р.

Рік	Розвинені країни / Найменш розвинені країни	Розвинені країни / Всі країни, що розвиваються
1946	10.5 : 1	11.0 : 1
1960	26.5 : 1	12.3 : 1
1970	37.3 : 1	12.1 : 1
1980	44.4 : 1	12.9 : 1
1990	60.2 : 1	13.0 : 1
2000	90.0 : 1	14.9 : 1
2010	94.3 : 1	15.3 : 1

Джерело: A Fair Globalization, Creating Opportunities for all “World Commission on the Social Dimension of Globalization Washington DC”, 2011

З іншого боку, глобальне економічне зростання за останні п'ятдесят років було вражаючим. Це було очевидно у розвинених країнах, які прогресували швидкими темпами, незважаючи на те, що бідні країни просуваються вперед повільними кроками та відстають більше, ніж у розвинутих країнах. У період з 1947 по 2020 рік середній показник на душу населення у світі збільшився приблизно в 56 разів[складено автором на основі 4], точніше ВВП збільшився з 1,5 трильйонів до 85 трильйонів доларів США. Однак, незважаючи на таке зростання світового

виробництва, більш ніж у вісімдесяти країнах ВВП на душу населення сьогодні менше, ніж 1990 року. Крім того, понад 25% із 4,5 мільярда людей у бідних країнах, як і раніше, мають тривалість життя менше сорока років. Крім того, середній дохід у п'яти найбагатших країнах світу приблизно в 114 разів вищий, ніж у п'яти найбідніших країнах, тому цей розрив більший, ніж будь-коли. Виходячи з вищевикладеного, я вважаю, що проблема невідповідності між країнами, що розвиваються, і розвиненими країнами дедалі більше загострюється внаслідок дій процесу глобалізації. У цьому контексті очевидно, що світовий ВВП у ХХ столітті збільшився в десять разів у розвинених країнах, а в країнах, що розвиваються, - утричі. Фактично, багаті країни Півночі вміло, найкраще використали вихідні позиції у процесі глобалізації.

Друга суперечність стосується того, що відкриті ринки створюють як користь, так і негативні спотворення для суспільства. Відкритість для торгівлі та іноземних інвестицій може зруйнувати національну олігополію та послабити особисті інтереси. Експортні ринки дозволяють країнам користуватися своїми природними та людськими ресурсами. В обох випадках працівники мають більше можливостей просуватися по ланцюжку створення вартості, заробляючи, витрачаючи та заощаджуючи більше.

Однак без глобальних умов відкриття ринку могло б так само легко позбавити вітчизняних виробників їхніх прав та поставити під загрозу робочі місця, які вони підтримують. Ринки продовжують регулюватися урядами, які мають національні пріоритети і повинні реагувати на національний тиск. Оскільки транскордонні ринки поглибилися у багатьох аспектах, уряди продовжують використовувати стандарти продукції, правила охорони праці та техніки безпеки, податкову політику та валютні заходи, щоб запропонувати своїм громадянам та підприємствам пільговий режим.

В результаті переможці та невдахи глобалізації не обов'язково визначаються їхніми національними здібностями та можливостями. І, схоже, зростає розбіжність можливостей між тими, як банкіри та менеджери з активів, які керують глобальними потоками товарів, послуг та капіталу, та тими, хто є об'єктами цієї глобалізації. Критики стверджують, що перша група стає багатшою у відкритій глобальній

економіці, тоді як друга група - від робітників та офісних працівників у багатонаціональних компаніях до офіціантів, охоронців та таксистів - бачить, що їхні доходи мають тенденцію до зниження.

Третє велике протиріччя сучасної світової економіки стосується одночасно зростаючих і руйнівних наслідків технічного прогресу. Технології можуть підвищити продуктивність і здешевити дорогі товари та послуги, допомагаючи економіці при цьому рости та створювати багатство. Але це також може порушити традиційні форми виробництва чи надання послуг. Питання полягає в тому, чи технологічний прорив по суті звільняє робочу силу для більш продуктивних та прибуткових альтернативних форм зайнятості. Якщо це так, загальний дохід економіки зросте.

Однак технологія також може створити клин між тими, хто знаходиться на вершині, які є більш технологічно інтегрованими та добре оплачуваними, і тими, хто перебуває в нижній частині економічної драбини, які застрягли в наданні послуг з низькими доходами. Постійний прогрес у обчислювальній потужності також створює перспективу, що багато людей, які володіють технікою, навіть ті, хто програмує новий Інтернет речей, будуть позбавлені права користуватися машинами для самонавчання або штучним інтелектом.

Як висновок, я маю зазначити, що сучасний етап глобальної економіки пронизаний значною кількістю суперечностей та протиріч, які заважають послідовним та рівноцінним змінам по всьому світі. Допоки уряди країн, не об'єднуються і не будуть діяти у партнерстві, розкривати потенціал швидкого технологічного прогресу та глибшої регіональної економічної інтеграції, тільки тоді буде можливо подолати зростаючі протиріччя глобалізації, навіть коли світ знаходиться у такому складному періоді демографічних змін та посилення конкуренції між економічними переможцями та переможеними.

Список літератури:

1. Mike Collins, The Pros And Cons Of Globalization. URL: <https://www.forbes.com/sites/mikecollins/2015/05/06/the-pros-and-cons-of-globalization/?sh=59a9a67bccce>
2. Challenges to the Rules-Based International Order, 2015. URL: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/London%20Conference%202015%20-%20Background%20Papers.pdf>.
3. A Fair Globalization, Creating Opportunities for all “World Commission on the Social Dimension of Globalization Washington DC”, 2011
4. World bank. URL: <https://databank.worldbank.org/>.

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ В ЄС: ОСОБЛИВОСТІ ЇХ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ У ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ СФЕРАХ

Протягом останніх років альянси набувають все більшого поширення. Компанії стикаються з викликами зовнішнього середовища, починаючи від збільшення числа конкурентів та посилення їхніх позицій на ринках до зростання негативних наслідків спричинених COVID-19. В умовах економічної глобалізації технології є ключовим фактором зростання та підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Саме тому більшість альянсів створюються у високотехнологічних галузях, таких як фармацевтика, електроніка, хімічна промисловість, аерокосмічна галузь та інші. Високотехнологічні галузі досить швидко розвиваються, до того ж їх динамізм допомагає покращити показники в інших сферах економіки [1]. Інвестиції в дослідження, розробки, інновації та навички є ключовою сферою політики ЄС, оскільки саме ці фактори є важливими для зростання та розвитку регіону. Для підтримки конкурентоспроможності на високотехнологічних ринках компаніям необхідно постійно інвестувати в НДДКР, знання, технології та інші ресурси. Досить часто необхідних ресурсів не вистачає та компанії починають втрачати свої позиції на ринках. Одним із вирішенням даної проблеми є об'єднання в стратегічні партнерства – альянси. У період із січня по квітень 2020 року було створено понад 200 нових стратегічних альянсів, які спеціально зосереджені на протидії пандемії COVID-19.

Основними мотивами, котрі спонукають компанії ЄС до формування альянсів – є можливість вийти на новий ринок, отримати доступ до необхідних ресурсів та покращити власний імідж на внутрішньому ринку. Процес виходу на новий ринок в рамках альянсу відбувається набагато швидше за рахунок розподілення витрат, пов'язаних з захопленням ринку, а також ризиків технологічного та операційного характерів. Ще однією з переваг котрі отримують європейські фірми є обмін знаннями, можливість отримати доступ до унікальних ресурсів, досягнення ефекту синергії, створення нової технології виробництва для удосконалення наявного продукту чи розробки нового. Альянси на

високотехнологічних ринках є новаторами технологій, що в свою чергу дозволяє компаніям, котрі входять в альянс отримати додаткові конкурентні переваги в порівнянні з іншими конкурентами [2].

В нинішньому динамічному бізнес-середовищі альянси розглядаються як ефективна стратегія для поєднання сильних сторін і ресурсів компаній з метою отримання більшої цінності для кожного учасника. Нещодавно створений альянс Biontech-Pfizer є яскравим прикладом у цьому співвідношенні. Завдяки об'єднанню фундаментальних знань Biontech щодо мРНК з можливостями виробництва та тестування Pfizer, альянсу вдалося розробити та комерціалізувати першу затверджену вакцину для подолання кризи Covid19 [3].

Однією з проблем, котра існує в рамках стратегічних альянсів – це оцінка їх ефективності. Компанії можуть бути одночасно членами декількох альянсів, до того ж кожна фірма використовує свої показники для оцінки успішності діяльності. В рамках стратегічних альянсів доречним для оцінки є комплексний підхід з використанням чотирьох показників: фінансових, стратегічних, операційних та тих, що визначають взаємовідносини. Фінансові та стратегічні показники показують, як працює альянс і чи досягає він своїх цілей, але не визначають, що саме йде не так. Операційні показники та показники взаємовідносин можуть допомогти виявити перші ознаки проблем та їх причини. Разом чотири виміри відображають цілісну картину функціонування партнерства. Фінансові показники, такі як дохід від продажів, грошовий потік, чистий прибуток, рентабельність інвестицій та очікувана чиста теперішня вартість альянсу, вимірюють його фінансовий стан. Стратегічні - включають в себе нефінансові показники, такі як частка ринку, запуск нових продуктів і лояльність клієнтів. Дані значення можуть допомогти керівникам відстежувати доступ до нових клієнтів, технологій, тощо. Показники, котрі стосуються кількості клієнтів, найнятих співробітників, якості продукції та продуктивності є прикладами операційних показників. До показників взаємовідносин можна віднести рівень довіри між партнерами, швидкість та якість прийнятих ними рішень, ефективність втручань в разі виникнення проблеми, тощо [4].

Отже, основними рушійними силами, котрі спонукають компанії ЄС до утворення та вступу в стратегічні альянси на високотехнологічних ринках – є можливість отримання доступу до нових технологій та розробок, розподіл витрат на НДДКР, вихід на нові ринки та отримання нових конкурентних переваг. Більшість високотехнологічних альянсів в Європі, котрі ефективно функціонують до сьогоднішнього дня було створено ще в 90-х роках. У зв'язку з постійними змінами ринку, щорічно утворюються десятки нових партнерств, так протягом 2019-2021 року найбільше альянсів на ринку ЄС з'явилися саме в фармацевтичній галузі, що пов'язано з необхідністю якнайшвидше ліквідувати наслідки пандемії.

Список літератури:

1. Klincewicz, Krzysztof (2005), *Strategicalliancesinthehigh-techindustry*. LogosVerlag, Berlin. *The role of alliances in the high-tech industry*, 58-66
2. «Harvard Business Review on Strategic Alliances», Harvard Business School Publishing Corporation («Стратегические альянсы: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015, 234с.)
3. European Commission website. Coronavirus: Commission approves contract with BioNTech-Pfizer alliance to ensure access to a potential vaccine. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/e%CE%BD/ip_20_2081
4. Successful Strategic Alliances: How to create a mutually agreeable measure of success. URL: <https://financialpost.com/executive/successful-strategic-alliances-how-to-create-a-mutually-agreeable-measure-success>

Полегенько Р.О.

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЙ У СПРИЯННІ МІЖНАРОДНІЙ ІНТЕГРАЦІЇ

Глобальна інтеграція забезпечує форму єдності та цілісності сучасного людства, завдяки чому різні прагнення та інтереси держав можуть привести до глобальної єдності світу. Сучасними ключовими тенденціями глобального економічного розвитку країн є: транснаціоналізація національних економік та збільшення їх взаємозалежності; посилення регіональних та субрегіональних інтеграційних процесів; формування глобального інституційного середовища економічної діяльності; формування глобального ринку фінансів, товарів і послуг; формування глобального інформаційного простору; послаблення можливостей національних держав щодо формування незалежної економічної

політики; загальноцивілізаційний прогрес завдяки глобальній доступності ресурсів та технологічно-управлінських інновацій[1].

На певному етапі розвитку кожна компанія стикається з альтернативою: обмежувати діяльність фірми рамками національної економіки або виходити за її межі, на міжнародний ринок. Досвід успішних компаній в різних сферах бізнесу демонструє, що без інтернаціоналізації і глобалізації розвивати успішний бізнес неможливо.

Для сучасного стану розвитку міжнародних економічних відносин актуальним є питання ефективного функціонування ринку консалтингових послуг в адекватному економічному середовищі, де ринкова інфраструктура є ключовим елементом. Тому реального значення набуває консалтингова діяльність, що є одним із важливих компонентів управлінської інфраструктури, а також з'ясування ролі міжнародного консалтингу в розвитку світової економічної системи та національного ринку консалтингових послуг. Глобальний ринок консалтингових послуг формується та трансформується під впливом динаміки світових бізнес-тенденцій, що супроводжуються використанням принципово нових інформаційних та консалтингових технологій, які виступають основою якісного розвитку сучасного консалтингового бізнесу та трансформації бізнес-процесів ТНК. [2]

Індикатори глобалізації консалтингової компанії:

- ступінь її інтегрованості у світову економіку;
- частка внутрішньофірмових потоків послуг та інвестицій у світовому обсязі;
- міжнародна диверсифікація надання послуг; масштаби і пропорції розподілу своїх активів на ринках різних країн та обсяги поширення географії надходження своїх доходів.

В цілому сектор консалтингових послуг розвивається випереджаючими темпами порівняно з іншими галузями світової економіки. Особливо значний розвиток ринку консалтингових послуг визначається в країнах Центральної та Східної Європи, СНД, Азії, Індії і Китаї. [3]

Досить часто роль міжнародного консалтингу в розвитку світової економічної системи прослідковується саме через завдання та цілі функціонування консалтингових асоціацій, а саме: формування мережі спеціалізованих фірм управлінського консультування; координація та інформаційне забезпечення; підтримка і розповсюдження стандартів якості послуг та етики взаємовідносин із клієнтами; виконання досліджень з метою прогнозування потреб у консультаційних послугах; розробка рекомендацій щодо організації та методів консультування, тощо.

Практично в усіх країнах світу поруч із вітчизняними консультаційними фірмами працюють транснаціональні аудиторські та консалтингові корпорації такі, як: Deloitte&Touche Tohmatsu International, Price waterhouse Coopers (PwC), Ernst&Young, KPMG, Mc Kinsey&Company, Booz-Allen&Hamilton. Більшість цих фірм входять до складу так званої «Великої четвірки» (Ernst&Young, Deloitte, KPMG, PwC), які є найбільшими у світі компаніями в сфері аудиту і консалтингу та займають найвищі позиції за сукупними доходами серед консалтингових компаній.

На сьогодні світові лідери в сфері консультування займають від 25 до 40%, залежно від сегмента, обсягу ринку консалтингових послуг. При цьому «велика четвірка» аудиторських компаній має понад 60% обсягу продажів аудиторських та консалтингових послуг. Понад 50% доходів, отримуються від реалізації послуг з управлінського консультування та ІТ-консалтингу. Так, згідно зі звітом глобальної мережі PwC, сукупний валовий дохід «Четвірки» за фінансовий рік, що закінчився 30 червня 2019 року, склав 37,7 млрд. дол. США. і зріс майже на 7% в порівнянні з попереднім періодом. [4]

Отже, особливості розвитку глобального ринку консалтингових послуг тією чи іншою мірою пов'язані з глобалізацією світового економічного простору. Очевидна тенденція до посилення глобалізації та інституціоналізації консалтингових послуг, що пропонуються найбільшими фірмами, не виключає можливості функціонування на ринку малих та середніх спеціалізованих

компаній і водночас зберігається великий потенціал зростання і для транснаціональних лідерів світового консалтингу.

Список літератури:

1. Рябець Н. М., Тимків І. В., Дворник І. В. Особливості соціалізації глобальної економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 22. С. 41–44.
2. Камінська Т. М. Міжнародний бізнес-консалтинг: конспект лекцій. 2019. С. 28-29.
3. Еволюція розвитку консалтингу за кордоном. Стан управлінського консалтингу в країнах з розвинутою ринковою економікою. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studme.com.ua/13761025/menedzhmentevolyutsiya_razvitiya_konsaltinga_ru bezhom_sostoyanie_upravlencheskogo_konsaltinga_stranah.htm
4. Сукупний дохід фірм міжнародної мережі PwC за 2017 фінансовий рік зріс до рекордних 37,7 млрд. дол. США. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pwc.com/ua/uk/press-room/2017/global-annual-review2019.html>

Предко Ю.В.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ ЗЛИТТІВ ТА ПОГЛИНАНЬ МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ

На сучасному етапі міжнародні корпорації стали головною рушійною силою процесу інтернаціоналізації в світовій економіці як глобалізації так і регіоналізації. Це означає, що господарювання в світовій економіці кількох сотень найбільших міжнародних корпорацій визначає основні пропорції світового виробництва та реалізації товарів.

Міжнародні корпорації – це великі фінансово-виробничі, науково-технологічні, торгово-сервісні об'єднання. Міжнародні корпорації мають кілька категорій залежно від структури бізнесу, інвестицій та пропозицій продуктів або послуг.[1] Транснаціональні корпорації та мультинаціональні корпорації – дві з цих категорій.

Залежно від країни походження МНК спеціалізуються в певній сфері. Так, понад 60% МНК США функціонують у сфері фармацевтики, біотехнологій, програмного забезпечення та комп'ютерного устаткування. Понад 50% МНК, що походять із країн – членів ЄС, займають ключові позиції у сфері автомобілебудування, фармацевтичній діяльності. А 70% японських фірм, своєю чергою, спеціалізуються в автомобілебудуванні, електротоварах, виготовленні програмного забезпечення та комп'ютерного устаткування. [2]Галузева структура

міжнародних корпорацій досить широка. Понад 60% міжнародних компаній займаються виробництвом (в основному вони спеціалізуються на електроніці, автомобільній, хімічній та фармацевтичній галузях), 37% - у сфері послуг та 3% - у гірничій та сільськогосподарській галузях.

Міжнародні корпорації вважаються основними суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та головною рушійною силою процесу інтеграції економіки в світі. Вони набули статусу найбільш важливих гравців в сучасній світовій економіці і міжнародного поділу праці.

У глобальній економіці понад важливу роль відіграють інвестиційні процеси. МНК є основним суб'єктом глобальної економіки, отже, інвестиції МНК впливають не тільки на саме МНК та об'єкт інвестування, а спричиняють розвиток ланцюгової реакції в міжнародній фінансовій системі, що відповідно має вплив на весь світ.

Для міжнародних корпорацій понад важливим є покращення економічного стану, зниження витрат на розробку продукції, змінних витрат, зниження вартості оплати праці, отримання або обмін дослідженнями і розробками, збільшення частки ринку, збільшення фінансових ресурсів, розширені можливості розподілу ресурсів та активів.

Основною метою залучення інвестицій є підвищення ефективності діяльності підприємства, тобто результатом будь-якого обраного способу вкладення інвестиційних коштів при повинне бути зростання вартості компанії і інших показників її діяльності. У світовій економіці найпоширенішим способом для швидкого досягнення таких цілей стали процеси злиття та поглинання.

Злиття та поглинання (англ. – M&A) стосуються операцій між двома компаніями, які об'єднуються в тій чи іншій формі. Хоча злиття та поглинання використовуються як взаємозамінні, вони мають різні юридичні значення.

При злитті дві компанії подібного розміру об'єднуються, утворюючи нову єдину організацію. З іншого боку, поглинання – це коли велика компанія набуває права власності над меншою компанією, тим самим поглинаючи бізнес меншої компанії. [3]

Найбільша відмінність між злиттям та поглинанням стосується розміру залучених компаній. Коли одна компанія набагато більша за іншу, цілком ймовірно, що вона інтегруватиме меншу в більшу придбав її – тобто це процес поглинання. Компанія меншого розміру все ще може зберегти своє офіційне найменування та структуру, але вона належатиме материнській компанії, а в інших випадках менша компанія взагалі припиняє своє існування. Якщо компанії мають однаковий розмір, вони можуть об'єднатися, щоб утворити нову організацію, яка відбудеться під час злиття.[4]

Позитивними наслідками M&A процесів є покращення економічного стану, зниження витрат на розробку продукції, змінних витрат, зниження вартості оплати праці, отримання або обмін дослідженнями і розробками, збільшення частки ринку, збільшення фінансових ресурсів, розширені можливості розподілу ресурсів та активів. Ефективні операції та доступ до капіталу допомагають великим міжнародним корпораціям працювати краще, ніж їхні менші, менш капіталізовані конкуренти. Компанії, які прагнуть отримати переваги розміру та масштабу, оголосили про низку нещодавніх злиттів.

За останні 3 роки відбулось багато змін – 2020 рік був нестабільним для M&A. M&A процеси пройшли шлях від майже повної зупинки операцій у перші місяці кризи до несподіваного відновлення у другій половині року. У 2020 році було оголошено понад 28 500 угод за даними Global M&A Report 2021[5] за даними PWC[6] в першому півріччі 2021 року зафіксовано рекордну кількість оголошених мегадугод — тих, вартість яких перевищує 5 трлн. дол. США.

Отже, МНК це найпотужніші економічні суб'єкти у реаліях 2021 року, які займають левову частку вітчизняних ринків багатьох країн, а також можуть впливати на світову зайнятість, ступінь розповсюдження ДіР, розвиток окремих країн та регіонів. Ефективний шлях для збільшення капіталу, прибутку та збільшення ефективності виробництва корпорацій – це процеси злиття та поглинання. В процесах M&A відбуваються значні зрушення кожен рік, змінюються галузі-лідери за вартістю угод, формуються нові підходи до проведення самого процесу злиття або поглинання, проте основна тенденція до

збільшення кількості та вартості угод залишається незмінною. Злиття та поглинання матимуть все більшу вартість та доцільність у глобальному світі.

Список літератури:

1. Black's Law Dictionary [Електронний ресурс] // Black'sLawDictionary. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://thelawdictionary.org/multinational-corporation-mnc/>.
2. UNCTAD, United Nations. URL: <https://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>.
3. Merger vs. Acquisition Similarities and key differences in terms of initiation, procedure, and outcome [Електронний ресурс] // Corporate Finance Institute. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/deals/merger-vs-acquisition/>.
4. Злиття та поглинання [Електронний ресурс] // Deloitte. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/mergers-and-acquisitions/solutions/merger-and-acquisition-offerings.html>.
5. Global M&A Report 2021 [Електронний ресурс] // Bain&Company. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://www.bain.com/globalassets/noindex/2021/bain_report_global_m_and_a_report_2021.pdf.
6. Global M&A Industry Trends [Електронний ресурс] // PwCGlobal. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pwc.com/gx/en/services/deals/trends.html>.

Пушкар А.А.

ПРИЧИНИ ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація є найважливішою сучасною ознакою світової системи, і саме її вплив визначає швидкість суспільного розвитку. Глобалізація економічного розвитку зумовлена повною взаємозалежністю, єдністю та цілісністю складових частин світової економіки. З широким розгортанням інтернаціоналізації виробництва та обігу і інтенсифікацією інтеграційного процесу цей ступінь взаємозалежності збільшився. Існує глобальний інтеграційний процес у глобальному масштабі, цей процес суперечливий і багатогранний, і він впливає на всі країни та регіони світу, а також на масштаби розвитку та об'єднання міжнародного бізнесу.

Є кілька причин об'єднання компаній в умовах глобалізації та транснаціоналізації:

1. усунення конкуренції. Перша основна причина об'єднання бізнесу полягає в усуненні конкуренції між підприємствами. В даний час велика кількість фірм виробляють певні види товарів. Конкуренція між конкуруючими фірмами призводить до того, що товари продаються за заниженою ціною. Жорстка

конкуренція збільшила ризик капіталу і знизила прибуток фірм. Деякі фірми не витримують конкуренції і закривають бізнес. Надмірний ріст виробничих потужностей і нереалістичне ціноутворення змусили діючі підприємства об'єднатися, щоб врятуватися від конкуренції та залишатися стабільними на ринку.

2. зміна економічної політики. Ще одна причина об'єднання бізнесу-зміна економічної політики. Якщо в країні спостерігається політична нестабільність і економічна політика уряду схильна до частих змін, це спонукає бізнесменів об'єднуватися і формувати спільну політику компаній, щоб знизити ризики в бізнесі.

3. економіка великого виробництва. Конкуруючі підрозділи об'єднуються, щоб отримати прибутки в результаті великомасштабного виробництва. Вони закупають сировину оптом, виробляють стандартні товари, скорочують операційні витрати бізнесу і продають продукцію за ціною, яка дає їм максимальний прибуток;

4. коливання ділової активності. Якщо економіка переживає фазу низького виробництва, низьких цін, низької зайнятості, низького капіталу, фірми потім докладають зусиль, щоб об'єднатися, щоб врятуватися від руйнівних наслідків. Точно так же, якщо ціни ростуть і норма прибутку висока, це спонукає фірми об'єднуватися і користуватися перевагами монополії.

5. вплив тарифів. Введення мит на ввезені товари також є важливим фактором при формуванні об'єднання компаній. Захищені галузі, не побоюючись конкуренції іноземних товарів, об'єднуються і можуть продавати товари за ціною вище, ніж на конкурентному ринку.

6. розвиток транспорту. Розвиток швидкісних транспортних засобів також призвів до зростання промислових об'єднань. Розвиток транспорту дозволив створити великий бізнес в різних частинах країни. Ці великі промислові компанії, будучи невеликими за кількістю, легко перетворюються в промислові об'єднання.

7. створення акціонерних товариств. Дрібні виробництва існували розрізнено, і їх було нелегко об'єднати. Великі концерни діяли через акціонерні

товариства. Вони можуть легко зв'язатися один з одним по прямому телефону, телеграм, а також можуть скликати спільне зібрання в дуже короткі терміни. Вони формулюють політику захисту своїх економічних інтересів і ефективно проводять їх через об'єднання.

8. раціоналізація. Бізнес-одиниці можуть об'єднуватися для стандартизації продуктів. Планове невикористання ресурсів та впровадження автоматизації в промисловості.

9. патентні закони. Патентні закони також призвели до зростання числа об'єднань підприємств. Патентні закони дають монопольне становище, а також призводять до формування картелів для протидії конкуренції з боку ринку.

10. конкуренція на міжнародному ринку. Якщо бізнес хоче залишитися і конкурувати на міжнародному ринку, його розмір повинен бути дуже великим. Поєднання успішних підприємств знижує ризики, пов'язані з купівлею і продажем товарів на міжнародних ринках.

Отже, вплив глобалізації й транс націоналізації на світову економіку є вагомим та зростаючим, що змінює підходи до ведення бізнесу в усіх сферах. Адаптація до процесу транс націоналізації вимагає активного залучення коштів в реальні сектори економіки з метою підвищення їх конкурентоспроможності. У прагненні оволодіти ринками закордоном ТНК здійснюють значний негативний вплив нанаціонального виробника, маючи при цьому значно вищі конкурентні переваги та фінансові можливості.

Список літератури:

1. Вишнеvsька О. М. Глобалізаційний вплив у формуванні критеріїв оцінки середовища держави / О. М. Вишнеvsька, Т. П. Лісковецька // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2015. – Вип. 3 (86). – С. 22–32.

2. Вишнеvsька О. М. Глобалізаційні процеси і транс націоналізація економіки держави / О. М. Вишнеvsька, О. М. Зуб // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – Вип. № 2. – С. 39–42.

5. Jaworek, M., & Kuzel, M. (2015). Transnational Corporations in the World Economy: Formation, Development and Present Position. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 4(1), 55–70.

6. *Ибрагимова Л.М., Угбалю Э. Тенденции транс национализации мировой экономики в условиях глобализации // Синергия наук. 2017. № 11. – С. 383 – 389. – URL: <http://synergy-journal.ru/archive/article0537>*

РОЛЬ АРТ-БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНІЙ КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Український арт-бізнес вважається відносно новим явищем, який потребує підтримки та розвитку. Український арт-ринок стискається з низкою питань особлива увага приділяється оподаткуванню предметів мистецтва. Відповідно до чинного законодавства для предметів мистецтва виділений спеціальний режим оподаткування. Оподатковуються не лише твори образотворчого мистецтва, а й кінематографічне мистецтво, культурно-мистецькі заходи тощо.

Український галерейний бізнес набирає обертів, що дає змогу його організаторам реалізовувати масштабні проекти, популяризувати сучасне мистецтво. Але якщо порівняти кількість галерей у Києві з кількістю у Лондоні (близько двох тисяч), Берліні (чотириста) чи в Москві (понад три сотні), їх у столиці України явно бракує - на сьогодні майже чотири десятки галерей, з яких справді професійні - не більше десяти. Таким чином, станом на сьогодні український арт-ринок, що являє собою систему товарного обігу творів мистецтв, знаходиться в стані стагнації.

Важливим є дослідження ролі арт-бізнесу в податковій системі України, вплив держави на розвиток арт-індустрії. Також особлива увага приділяється місцю українського мистецтва у світі, порівняння законодавчої бази України та Європейського Союзу.

Для відображення повної картини арт-бізнесу у нашій країні необхідно розглядати експертні дані та нормативно-методичні документи Кабінету Міністрів України, Міністерства фінансів, Державної податкової служби України та Міністерства культури та інформаційної політики України.

Варто відзначити, що більшість продажів мистецтва відбувається не «в білу». Тобто, це можуть бути угоди, які обговорювались тет-а-тет, а не через галереї, аукціони тощо. На мою думку, це пов'язано саме з дірами у законодавстві та проблемою оподаткування об'єктів мистецтва.

У розвинених країнах ціни на роботи того чи іншого художника формує передусім внутрішній ринок, а потім вже - іноземні галереї та аукціони.

В Україні ж - зворотна тенденція. Українські художники формують ціни на свої роботи спираючись, перш за все на міжнародний ринок.

До позитивних тенденцій можна віднести активізацію, протягом останніх 3–4 років, процесу популяризації робіт українських майстрів за кордоном на престижних міжнародних торгах.

До негативних наслідків відноситься неадаптованість українського законодавства щодо переміщення культурних цінностей до законодавства Європейського Союзу. Іншими словами, не виконується Закон України "Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу". Український арт-ринок потребує заохочення державою, встановлення прозорих правил функціонування [3].

Наразі, Верховна Рада розглядає проект стосовно функціонування арт-ринку в Україні. Цей проект передбачає:

- гармонізацію норм українського та європейського законодавства;
- виключення положень, які не сприяють експорту предметів мистецтва з України;
- розвиток культурної індустрії України;
- покращення іміджу країни на міжнародній арені.

Основною пропозицією у проекті є виключити положення про те, що на операції з вивезення культурних цінностей у митному режимі експорту нульова ставка податку не застосовується, так як в такому разі платник податку зобов'язаний нарахувати податкові зобов'язання, що не сприяє експорту культурних цінностей з України. Прийняття та реалізація проекту Закону передбачатиме зменшення надходження до державного бюджету від сплати ПДВ на суму менше 2 млн грн в рік. Але з іншого боку, прийняття даного законопроекту дозволить збільшити надходження до бюджету за рахунок поживлення ринку культурних цінностей, становлення інфраструктури арт-ринку в Україні. За оцінками зарубіжних арт-експертів потенційна ємність українського арт-ринку становить близько 1 млрд дол. США в рік.

На сьогоднішній день проект ще на етапі розгляду. Попередні результати є не надто втішними. Кабінет Міністрів України та Міністерство фінансів проект не підтримують, Державна податкова служба України вимагає доопрацювання, а за підтримку виступає Міністерство культури та інформаційної політики України [2].

Проте, у листопаді 2020 року, були внесені зміни до Податкового кодексу України щодо державної підтримки культури, туризму та креативних індустрій [1]. Відтепер існують наступні положення щодо оподаткування арт-бізнесу:

- звільнено від оподаткування податком на прибуток підприємств для юридичних осіб та податком на доходи фізичних осіб для громадян доходи у вигляді цільових культурних грантів, що надаються на безоплатній і безповоротній основі за рахунок коштів державного або місцевого бюджетів, міжнародної технічної допомоги для реалізації проекту або програми у сферах культури, туризму та у секторі креативних індустрій у порядку, установленому законом;

- запроваджується знижена ставка податку на додану вартість у розмірі 7% для стимулювання попиту і розширення доступності суспільно важливих послуг, зокрема до операцій з постачання послуг із показу вистав, постановок, виступів професійних мистецьких колективів, артистичних груп, акторів та артистів, кінематографічних прем'єр, культурно-мистецьких заходів; показу оригіналів музичних творів, демонстрації виставкових проектів, проведення екскурсій у музеях, зоопарках та заповідниках, їх відвідування;

- застосовується знижена ставка податку на додану вартість у розмірі 7% до операцій із постачання послуг з розповсюдження, демонстрування, публічного сповіщення і публічного показу фільмів, адаптованих відповідно до законодавства в україномовні версії для осіб з порушеннями зору та осіб з порушеннями слуху";

- тимчасово, з 1 січня 2023 року до 1 січня 2025 року, звільнено від оподаткування податком на додану вартість операції з постачання послуг з демонстрування, розповсюдження та показу демонстраторами та розповсюджувачами національних фільмів та іноземних фільмів, які дубльовані,

озвучені державною мовою на території України, за умови, що такі національні фільми та іноземні фільми адаптовані відповідно до законодавства в україномовні версії для осіб з порушеннями зору та осіб з порушеннями слуху.

Отже, проведений аналіз законодавства та законопроектів дає змогу зменшити податковий тягар для арт-індустрії задля полегшення розповсюдження національного мистецтва та заохочення митців реалізувати творчість на території країни, а не за її межами. Варто також зазначити, що український незалежний арт-простір розвивався останні десятиліття, але не мав змоги заявити про себе всередині країни та вийти на глобальну площину. Україна має талановитих митців, які готові творити відкрито і популяризувати українське мистецтво. Але я відзначаю, що повинна йти більша підтримка з боку держави. У цьому має бути зацікавлене не лише Міністерство культури та інформаційної політики України, а й Кабінет Міністрів України та Міністерство фінансів, Державна податкова служба України. Вітчизняне мистецтво готове створювати світові тенденції у світовому арт-просторі.

Список літератури:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо державної підтримки культури, туризму та креативних індустрій [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://ips.ligazakon.net/document/view/II02732I?utm_source=biz.ligazakon.net&utm_medium=news&utm_content=bizpress01&_ga=2.78182749.853430690.1617601118-1270218798.1617601118.

2. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування культурних цінностей [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/bills/proekt-zakonu-pro-vnesennya-zmin-do-podatkovogo-kodeksu-ukraini-shchodo-opodatkuvannya-kulturnikh-tsinnostey>.

3. Стаття 210. Спеціальний режим оподаткування діяльності щодо виробів мистецтва, предметів колекціонування або антикваріату [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

Рябов І.Т.

СВІТОВИЙ КІНО-БІЗНЕС В ГЛОБАЛЬНІЙ КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Креативна економіка становить трохи більше 6% у світового ВВП, що становить у середньому від 2% до 7% національного ВВП у всьому світі. За оцінками ООН, індустрія креативної економіки приносить щорічний дохід у розмірі більше 2 трильйонів доларів США і створює 30 мільйонів робочих місць

у всьому світі. Основними галузями розвитку креативної індустрії та інноваціями, на які слід звернути увагу, є дизайн, мода та кіно, на які припадає лєвова частка у світовій торгівлі креативними товарами.

Деякі стверджують, що кіно це традиційний бізнес із залежністю від дорогої глобальної франшизи. Передбачається, що кінофраншиза розвивається від серії фільмів до абсолютно нових, різних продуктів (наприклад, тематичних парків).[1] Однак немає пояснення щодо того, як слід сприймати традиційний бізнес, оскільки кінобізнес, як і традиційний бізнес, існує для того, щоб заробляти гроші та в кінцевому підсумку його порівнюють з іншими бізнесами. Передбачається, що головною особливістю моделі є прагнення до прибутку через задоволення потреб споживачів. Основний продукт – фільм – створений на «смак» масового суспільства. Смак споживачів до фільмів важко передбачити, але спроби прогнозування здійснюються через кінопокази, тести фокус-груп, тести позиціонування, тести ідей. Аналіз великих даних зараз все частіше використовується для прогнозування майбутньої кількості глядачів і прибутковості фільму. Величезні суми виділяються на рекламу фільмів; наприклад, у США середні витрати на маркетинг можуть досягати 35-45 мільйонів доларів на фільм. Таким чином, використання аналізу об'єму великих даних дозволяє проводити більш точний, детальний аналіз інформації про клієнтів та вузьку, специфічну сегментацію клієнтів. Аналізуючи різні джерела даних, застосовуються індивідуальні цільові стратегії маркетингу фільмів, фільми продаються цільовим споживачам. Нові технології дають змогу систематично вимірювати аудиторію, дозволяючи краще контролювати, яка цільова аудиторія та як адаптувати продукти для потрібних користувачів.[2]

Основними ринками збуту в кіно-бізнесі є :

- Кінотеатральний прокат
- Продаж на носіях (DVD, Blu-ray)
- Продаж ліцензій на показ по ТБ та на стрімінг платформах
- Продаж цифрових копій фільму
- Оренда цифрових копій фільму

Держава контролює сферу мистецтва, культури. Стимули для реалізації політики є фінансовими, правовими та соціально-психологічними. Держава може підтримувати пряму (наприклад, освіта, субсидії) або опосередковано (наприклад, податкову систему). Проте держава також може використовувати обмежувальні заходи: податки, громадський осуд, цензура, різноманітні штрафи, обмежувальне законодавство. Передбачається, що фінансово-правові інструменти мають найбільший вплив на бізнес-модель кінокомпанії.

Використання заходів залежить від державної моделі кінематографічної політики. Слід зазначити, що кожна держава має свій окремий рівень державного контролю, як і компанії: скільки компаній, і бізнес-моделі, які можна класифікувати за повторюваними життєвими ознаками. Таким чином, за рівнем державного контролю виділяють три основні моделі політики:

- Ліберальна
- Модель
- Патерналістична модель.[3]

Хоча вплив політики є зовнішнім фактором і не є частиною бізнес-моделі, як видно з політичних моделей, держава може навіть забезпечити пряме фінансування (патерналістська модель). Це означає, що кінокомпанія може мати фінансову стабільність, і її функціонування не залежить лише від ринкових умов, як у ліберальній політичній моделі. Бізнес-модель розробляється та вдосконалюється не лише щодо ринків, а й до моделі політики, оскільки вона безпосередньо впливає на діяльність компанії не лише у фінансовому аспекті, але й, наприклад, на цензуру.

Зйомки повнометражного фільму, виробленого великою продюсерською студією, безумовно, матимуть певний позитивний економічний вплив на місцевість та регіон, де відбуваються зйомки. Студія, по суті, залучає для зйомок велику кількість зовнішніх фінансових ресурсів, на зйомках залишаються додаткові люди, які витрачають гроші, а для роботи над зйомками наймається деяка кількість місцевих людей. [4]

Тобто можна сказати, що кінобізнес як і будь яка підприємницька діяльність впливає на економіку країни, за рахунок податків та супутніх витрат під час виробничого процесу, проте є ще побічні впливи які мають ефект на інші галузі економіки.

Список літератури:

1. Squire, J. E.,. The Movie Business Book, Fourth Edition. / Squire, J. E.,. – NY: Routledge, 2017. – 16 с.
2. Felix S. Big Data Goes to Hollywood: The Emergence of Big Data as a Tool in the American Film Industry / S. Felix, R. Schroede., 2019.
3. Huseynli, Y. 2016. Country profile Azerbaijan. Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe
4. Feldmam R. WHEN MOVIE MAKING COMES TO TOWN: An Economic Impact Analysis and Strategies for Development [Електроннийресурс] / Rick Feldmam. – 2015. – Режимдоступудоресурсу: <https://berkshirefilm.org/wp-content/uploads/2015/05/BFMC-Economic-Impact-Study.pdf>.

Рябухіна М.А.

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

В процесі глобального економічного розвитку країни світу відкривають для себе з одного боку – нові можливості розвитку, з іншого боку – поглиблюються макроекономічні ефекти розвитку та наявні асиметрії. В сучасних умовах світового розвитку та розвитку країн світу відбуваються зміни, які стали глобальними за впливом, а за результатом не забезпечили стійкого економічного зростання та розвитку. За таких умов актуалізуються дослідження проблематики макроекономічних ефектів міжнародної економічної діяльності України.

Серйозними викликами для національних економік сьогодні є нинішній світовий інституційний порядок; загрози техноглобалізму; сфера фінансів, як наймобільніша ланка суспільного відтворення; дефіцит паливно-енергетичних ресурсів; інформаційна революція, екологічна проблема та безпека.

Розвиток національних економік, та й України у тому числі, досліджуємо та аналізуємо на основі індикаторів, які дають можливість оцінити стан,

динаміку, структурні пропорції та тенденції розвитку; саме вони є макроекономічними показниками. Для характеристики кількісних результатів розвитку національних економік країни використовуються показники оцінки макроекономічних ефектів глобального економічного розвитку країни такі, як валовий внутрішній продукт, ВВП на душу населення; додана вартість і валовий випуск товарів та послуг у розрізі галузей і секторів економіки; обсяги внутрішніх та іноземних інвестицій в економіку країни; грошова база; торговельний баланс товарів і послуг (експорт, імпорт, сальдо); бюджет держави (доходи і видатки); доходи та видатки інституційних секторів економіки; рівень безробіття. Основним показником результатів економічної діяльності на макrorівні є саме ВВП, який характеризує сукупну ринкову вартість кінцевих товарів і послуг, вироблених підприємствами, організаціями та установами в поточному періоді на економічній території країни. ВВП, як макроекономічний індикатор глобалізаційного розвитку національної економіки звичайно є одним з найважливіших показників стану економіки і за його динамікою пильно стежать керівники, економісти, політики.

Ступінь інтегрованості економіки країни у глобальному масштабі до світової економіки визначають за допомогою показників таких, як співвідношення експорту (імпорту, зовнішньоторговельного обороту) до ВВП країни; відношення прямих іноземних інвестицій до валових внутрішніх капіталовкладень; потік платежів роялті. На рівні галузі інтегрованість визначають за допомогою таких показників, як співвідношення обсягів внутрішньогалузевої торгівлі до світового виробництва галузі, коефіцієнту спеціалізації галузі, а саме співвідношення експортних до національних продажів галузі, частка прямих іноземних інвестицій в загальному обсязі капіталовкладень в галузь.

Проведений аналіз глибин глобалізації економіки України дозволив виокремити наступні тенденції:

по-перше, співвідношенню експорту до ВВП країни за останні двадцять років знаходиться на середньому рівні 42-52%;

по-друге, співвідношення імпорту до ВВП країни становить менше 50%, що показує більш високий рівень глобалізації України та її більшу залежність від світових ринків;

по-третє, співвідношення зовнішньоторговельного обороту до ВВП країни також показує високий рівень глобалізації України;

четверте, відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП є позитивним показником у межах 5-10 %. Відношення ПІ до валових внутрішніх капіталовкладень свідчить про середній рівень;

п'яте, сальдо балансу за роялті є від'ємним, що означає, що Україна використовує іноземні досягнення, і кошти спрямовуються з країни. Це не є позитивна характеристика, але показує індикатор, що країна має вихід на світовий ринок капіталів.

Оцінюючи місце макроекономічних ефектів у міжнародній економічній діяльності України слід зазначити, що продовжуються поширюватися процес глобалізації, який призводить до нарощення своїх багатств самевисоко економічно розвинутими країни, віддаляючись від країн, що розвиваються (до яких відноситься й Україна). Хоча позиції України за проаналізованими нами індексами є середніми серед усіх країн світу, це лише ще раз засвідчує про невелику кількість економічно розвинутих країн – так званий центр, й усіх інших – периферія. Разом з тим, економіка України продовжує й наділі трансформуватися, хоча й занадто повільно, що відносить нас до країн з перехідною економікою.

Список літератури:

1. Державний комітет статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua
2. Ткаленко С.І. Зовнішні ефекти глобального економічного розвитку України в умовах забезпечення економічної безпеки. International security in the frame of modern global challenges. Collection of scientific works. Vilnius, Mykolo Romerio Universitetas 2018. С.406-412
3. Індекс поточної економічної спроможності: комплексна оцінка соціально-економічної ситуації в Україні / Л. Шангіна, В. Юрчишин. К.: Заповіт, 2017, 44с.

СТРАТЕГІЯ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ЗРОСТАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ

Під час прийняття рішень про подальший розвиток компанії та стратегії зростання, менеджменту необхідно обрати поміж трьох стратегій - органічного зростання (внутрішнє зростання) чи неорганічного (зовнішнє зростання), або ж їх поєднання. В конкурентних умовах нинішнього бізнес-середовища злиття і поглинання (ЗіП) виступають ефективним методом неограничного зростання, що сприяє отриманню додаткових конкурентних переваг шляхом відкриття нових ринків, збільшення обсягів продажу, підвищення своєї ринкової вартості, і є невід'ємними компонентами сильної корпоративної стратегії.

Для компаній фармацевтичної галузі наразі характерні збільшення конкуренції з боку біотехнологічних компаній, закінчення строку дії патенту, зниження ефективності науково-дослідних (R&D) робіт при створенні препаратів-блокбастерів, та збільшення вартості їх розробки, що створює сприятливі умови для посилення позицій препаратів-дженериків. Існує велика кількість теорій, які пояснюють мотиви злиттів та поглинань. Було визначено, що для компаній фармацевтичної сфери основними мотивами до укладання угод виступають прагнення знизити витрати на R&D шляхом придбання препаратів на стадії розробки (41% угод), поглинання готових препаратів (31%), географічна експансія (14%) та збільшення ринкової частки (6%) [1].

Загалом фармацевтичний ринок зростає у середньому на 3% з 914 млрд дол.США у 2010 році до 1,2 трлн дол.США в 2020. В подальшому передбачається середньорічний приріст 5,7% досягаючи вартості в 1,6 трлн дол.США. Середньорічне зростання кількості угод на фармацевтичному ринку складає 3%, а вартості 8.5% починаючи з 2008 року. За географічною структурою ЗіП у галузі корелюють з локалізацією найбільших світових фармкомпаній. В 2020 році 36% угод було укладено компаніями США, 33% Європи, 25% - Азії. Найменша частка припадає на країни Африканського регіону, Південної Америки та Австралії [2].

Існує упередження, що більшість угод ЗіП не виправдовують очікувань та не створюють додаткової вартості. Проте для фармацевтичної галузі дане

твердження не відповідає дійсності. На початку 1990-х років у світі існувало близько 110 великих фармацевтичних компаній, які згодом було об'єднано в 30. Такі фармацевтичні лідери як Johnson&Johnson, Pfizer, GSK, Abbvie, Roche, Novartis було утворено в результаті злиттів менших компаній. Тому необхідність здійснення активної політики укладання угод про злиття і поглинання підтверджується досвідом світових фармацевтичних гігантів. Трьома активними компаніями, які уклали найбільшу кількість угод вартістю більше 100 млн дол.США за останні 10 років стали AbbVie, Takeda та Bristol-MyersSquibb, здійснивши 31, 27 та 24 угоди відповідно. Результати дослідження компанії McKinsey стверджують, що постійні маленькі угоди ЗіП створюють більшу капіталізацію компанії протягом наступних періодів, ніж епізодичні мега-угоди [3].

На прикладі фармацевтичної компанії Pfizer розглянемо ефективність використання стратегії злиття і поглинання для ефективного зростання компанії. Протягом всього існування компанія здійснила 50 угод, з яких 6 було вартістю більше ніж 1 млрд дол.США. Найбільшою угодою є поглинання фармацевтичної компанії Wyeth у 2009 році за 68 млрд дол.США. Ця угода призвела до утворення найбільшої фармацевтичної компанії в 2009 році. Основними мотивами виступали зменшення витрат на R&D на 4 млрд дол.США до 2011 року, збільшення ринкової частки та отримання доступу до нових продуктів. Важливим є той факт, що на момент угоди компанія Pfizer переживала кризу у зв'язку з закінченням патентного захисту на 14 препаратів, серед яких ряд препаратів-бестселерів. Через 4 роки після угоди витрати на R&D почали скорочуватись, та становили 13% від виручки у 2013 році у порівнянні з 16% у 2009 році. Також угода дозволила збільшити кількість препаратів у портфелі компанії Pfizer - їх кількість зросла з 46 до 113. В 2009 році виручка компанії Pfizer зросла на 2% до 2018 року, склавши 50 млрд дол. США. Вже в 2010 році виручка зросла на 36% до 67,8 млрд дол.США, з яких 37% складала виручка від продажу препаратів компанії Wyeth. Станом на 2021 рік препарати компанії Wyeth входять в топ-10 препаратів з найбільшою виручкою [4].

В наступні роки після угоди з компанією Wyeth було здійснено ще ряд поглинань таких фармацевтичних та біотехнологічних компаній як HospiraInc

(16,3 млрд дол.США), Anacor Pharmaceuticals (4,4 млрд дол.США), Inc, Medivation Inc (13,1 млрд дол.США), Array BioPharma, Inc (10,7 млрд дол.США). Протягом цього періоду фінансові результати компанії демонстрували зростання, ринкова капіталізація збільшилась в 3 рази з 2008 по 2021 рік.

Таким чином, у майбутньому передбачається збільшення кількості угод про злитті і поглинання у фармацевтичній галузі, оскільки вони є ключовим компонентом зростання. Компанія Pfizer є прикладом успішного застосування стратегії неорганічного зростання, яка дозволяє їй залишатись лідером у галузі. Також збільшення конкуренції з боку біофармацевтичних компаній, діяльність яких характеризується фокусуванням на невеликій кількості сполук і як результат меншими витратами, також стимулює фарма-гігантів поглинати їх навіть на ранніх етапах розробок.

Список літератури:

1. A Decade of Biopharma M&A and Outlook for 2020 [Електронний ресурс] // PharmaIntelligence. – 2021.
2. Global M&A market review legal rankings // Bloomberg. – 2019. – URL: <https://www.cobalt.legal/files/bloomberg-global-ma-legal-league-tables-fy-2019.pdf>.
3. How lots of small M&A deals add up to big value // McKinsey. – 2019. – URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/repeat-performance-the-continuing-case-for-programmatic-m-and-a>.
4. Pfizer Annual Report to Shareholders 2020 // - URL: <https://annualreview.pfizer.com/>

Вертелецький О.І.

РОЗВИТОК ЕЛЕМЕНТІВ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапі розвитку економічних процесів та глобалізації виникло нове поняття – цифрової глобалізації. Цифрова глобалізація це фактично діджиталізація економік та функціональних процесів, що значно спрощує зв'язок та використання різноманітних ресурсів. Основними драйверами розвитку процесів цифровізації стали технології, що входять до так званого правила ABCD [1]. Кожна літера назви цього правила символізує певну технологію. Так літера «А» означає Artificial Intelligence, або ж штучний інтелект, що надає змогу

визначати алгоритми, розрахунки та прогнозування; літера «B» в свою чергу означає Blockchain, або ж технології блокчейну, які надали змогу функціонувати більш складним алгоритмам на основі блоків, стали причиною появи, так званих смарт-контрактів, або ж автоматичних контрактів між учасниками та основою до появи нових фінансових інструментів – криптовалют; літера «C» означає CloudTechnologies, або ж хмарні технології, що значно спростили та пришвидшили методи передачі інформації між комп'ютерами; та літера «D» означає Data, або ж бази даних, що утворюються на основі всесвітньої мережі, та є критичними для функціонування всіх вище зазначених елементів.

Варто зазначити, що процеси цифровізації світової економіки відбуваються досить великими темпами. Так був створений індекс MCI (Mobile connectivity index), що відображає розвиток цифрових технологій на основі їх доступності, швидкості з'єднання та кількості локалізованих додатків. Так, наприклад, у європейському регіоні в період з 2014 по 2019 рік, показник зріс на 15%, і складає 73.4 з 100. Для порівняння найвищий показник, цього індексу має регіон Північної Америки – 84.1, де цифровізація економічних процесів почала розвиватися з 2000-х років. Але динаміка за останні роки в свою чергу є нижчою, аніж в таких регіонах як Південно-Східна Азія та Африка, що є результатом регіональних програм розвитку[2].

Фінансові технології також відіграють важливу роль у розвитку нової цифрової економіки. Попри низькі витрати на розробку та дослідження (R&D) на інновації, за фінансовою природою – лише 1.7% від загальних витрат у 2019 році (для порівняння на розвиток IT технологій – 23.5%, фармацевтика – 18.8%), цій сфері приділяють велику увагу [3]. Оскільки фінансові технології є результатом розробок в різних сферах, загальна вага в світових витратах R&Dне може описати динамічний розвиток цієї сфери. Варто розглянути окремі її елементи.

Так на сучасному етапі всі фінансові технології поділяють на три великі групи, відображення яких можна віднайти у всіх елементах світової фінансової системи, таких як фондовий ринок, валютний ринок та банківський ринок. Ці три групи мають назву Reg Tech, Wealth Techта Insur Tech.

RegTech – це регулятивні технології, що стосуються фінансової системи. Їх використання можна віднайти у всіх сферах фінансової системи. Це пояснюється основними функціями таких технологій. До них відносять технології зі створення регулятивної звітності та швидкої її відправки до місцевих органів влади; технології визначення особистості – технології, що роблять можливим створення бази даних про учасників фінансових відносин, що активно використовуються зокрема на фондовому ринку для відповідності новим нормам регулювання щодо розкриття інформації про торгівлю та на банківському ринку де така технологія має назву KYC (Know your customer), що надає змогу ризик менеджменту кредитоспроможності клієнтів. Окрім цього технології Reg Tech надають можливість до аналізу та боротьби проти відмивання коштів, шляхом створення гейтів для перевірки транзакцій [4]. Відповідно до цього ринок регулятивних технологій є досить динамічним, за даними KRMGCAGR (щорічна ставка зростання) складає 20% [5]. Ці технології є досить цікавими з точки зору зменшення регулятивних витрат, за даними Forbes впровадження технологій RegTech має потенціал їх зменшити на 50% [6].

Іншими технологіями є WealthTech. Аббревіатура складається з двох елементів – Wealthmanagement, або ж управління достатком та технології. Завдяки цим технологіям стало можливе функціонування онлайн брокерських платформ та платформ з управління активами. Варто зазначити, що основним драйвером розвитку таких технологій стала демократизація торгівлі, або ж можливість її здійснювати кожною людиною. Завдяки цьому пришвидшився розвиток технологій з відображення портфельної аналітики у вигляді інфографіки та розвиток роботів – помічників, які завдяки алгоритмам, заданим цілям людини, щодо інвестування здійснюють управління портфелем [7]. За даними Statista у 2021 року знаходиться 1 трильйон 400 мільярдів доларів активів в управлінні роботами – помічниками. А у 2025 році це число відповідно до прогнозів буде в два рази вищим аніж зараз, тобто майже 3 трильйони доларів [8].

Останнім ключовим елементом фінансових технологій є InsurTech, або ж технології зі страхування. Варто зазначити, що цей ринок є досить новим, та

обсяг інвестицій порівняно з іншим є нижчим. Так за даними KPMG об'єм інвестицій в Insur Tech у 2020 році становив 14.5 мільярдів доларів, та майже не змінився порівняно з показником 2019 року. Але подальший розвиток технологій створює перспективи. До страхових технологій відносяться не тільки зручна цифрова можливість цільового страхування (в Україні створюються стартапи в цій сфері), а й абсолютно нова модель страхування – параметричне страхування, де завдяки штучному інтелекту розраховується вірогідність настання події [5].

Таким, можна сказати, що розвиток фінансових технологій лише тільки починається, тому величезні інвестиційні можливості та можливості майбутнього набагато спрощеного використання фінансових ресурсів у всіх верствах населення (пенсійні пакети інвестування за допомогою роботів аналітиків, управління заощадженнями, соціальна торгівля, що поєднує трейдинг та соціальні мережі) є вже відкритими та перспективними, а кількість фінтех стартапів з кожним роком збільшується.

Список літератури:

1. ABCD's Driving FinTech [Електронний ресурс] -URL :<https://medium.datadiveninvestor.com/abcs-driving-fin-tech-db0986b1ddee>
2. About the Mobile Connectivity Index [Електронний ресурс] -URL :<https://www.gsma.com/r/wp-content/uploads/2020/09/GSMA-State-of-Mobile-Internet-Connectivity-Report-2020.pdf>
3. Tomorrow never dies – Boston Consulting Group [Електронний ресурс] -URL:https://image-src.bcg.com/Images/BCG-Tomorrow-Never-Dies-Nov-2015_tcm9-88670.pdf
4. RegTech Universe 2021[Електронний ресурс] - URL:<https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/technology/articles/regtech-companies-compliance.html>
5. Pulse of Fintech H2 2020 [Електронний ресурс] - URL:<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2021/02/pulse-of-fintech-h2-2020.pdf>
6. Understanding MiFID II's 30,000 Pages Of Regulation Requires RegTech[Електронний ресурс] -URL:<https://www.forbes.com/sites/tomgroenfeldt/2018/04/04/understanding-mifid-iis-30000-pages-of-regulation-requires-regtech/?sh=7ea7638c5291>
7. IOSCO Research Report on Financial Technologies (Fintech)[Електронний ресурс] - URL:<https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD554.pdf>
8. Robo-Advisors[Електронний ресурс] - URL:<https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-investment/robo-advisors/worldwide?currency=usd>

ІНТЕГРОВАНА ЗВІТНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

На сучасному етапі розвитку світової економіки інтегрована звітність - один з ключових інструментів управління. Під впливом глобалізації, зростання чисельності населення, розвитку технологій і тиску на екосистему у зв'язку зі збільшенням споживання природних ресурсів, світ змінюється. Інтегрована модель звітності – це інструмент отримання повної інформації щодо діяльності підприємства, вона відображає ризики і можливості та об'єднує не фінансові та фінансові показники. [1]

Більш того, інтегрована звітність - це новий напрямом розвитку корпоративної звітності, що має на меті надання різним стейкхолдерам інформації про ключові чинники створення вартості компанією. Інтегрована звітність компанії надає комплексний огляд системи управління, стратегії, існуючих можливостей, ефективності компанії, перспектив і ризиків та їх впливу на генерування вартості впродовж тривалого періоду.[2]

Корпоративна звітність є важливим засобом, за допомогою якого компанії передають інформацію про прийняття рішень зацікавленим сторонам, як частину своїх зобов'язань щодо підзвітності та управління. Корпоративна звітність, як і інша бізнес-діяльність, повинна йти в ногу з економічною реальністю, що розвивається, та відповідати потребам широкої аудиторії зацікавлених сторін.

Інтегрована звітність є частиною системи корпоративної звітності, що зараз розвивається. Ця система забезпечується усесторонніми основами та стандартами, що викладають питання вимірювання та розкриття всіх видів капіталу, належного регулювання та ефективного заповнення. Інтегрована звітність узгоджується з досягненнями в галузі фінансової та іншої звітності, але, в той же час, інтегрований звіт багато в чому відрізняється від інших звітів. Зокрема, особлива увага приділяється можливості організації створювати вартість в коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі.[3]

Інтегрована звітність узгоджується з численними досягненнями в галузі корпоративної звітності, які спостерігаються у національних юрисдикціях по всьому

світу. Передбачається, що Основи <ІЗ>, які містять рекомендації, що спираються на принципи, для компаній та інших організацій, які прагнуть підготувати інтегрований звіт, прискорять реалізацію таких окремих ініціатив і створять стимули для більшого розвитку та поширення інновацій у галузі корпоративної звітності в усьому світі, тим самим розкриваючи переваги інтегрованої звітності, включаючи підвищення ефективності процесу підготовки звіту. [3]

Очікується, що з часом інтегрована звітність стане нормою корпоративної звітності. Організація більше не породжуватиме численні, не пов'язані та статичні повідомлення. Це буде досягатися за рахунок процесу інтегрованого мислення та застосування принципів, таких як пов'язаність інформації. [3]

Інтегрована звітність пов'язує внутрішнє управління факторами вартості бізнесу з його фінансовими результатами, а отже створює спільну ділову мову для керівництва та інвесторів. Ця нова спільна бізнес-мова забезпечує кращий і надійніший діалог з інвесторами, що може принести реальні переваги компаніям та інвесторам.

Впровадження інтегрованої звітності також є безперервним навчальним процесом для організацій. В ідеалі, завдяки цьому процесу, організація може краще узгодити свої процеси та моделі поведінки зі своїми цінностями і розбити розрізнення всередині організації.[4]

Отже, інтегрована звітність – це еволюція корпоративної звітності з акцентом на лаконічність, стратегічну релевантність та орієнтацію на майбутнє. Окрім покращення якості інформації, що міститься в остаточному звіті, інтегрована звітність робить сам процес звітності більш продуктивним, що дає відчутні переваги. Інтегрована звітність вимагає і сприяє інтегрованому мисленню, що дозволяє краще зрозуміти фактори, які суттєво впливають на здатність організації створювати цінність з часом. Це може призвести до змін у поведінці та покращення продуктивності всієї організації. [5]

Список літератури:

1. Белова, І. Інтегрована звітність інституційних одиниць : інтерпретаційне поле концепту [Текст] / Ірина Белова, Наталія Семенишена // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації : міжнар. наук. журн. - 2020. - Вип. 2. - С. 16-32. Режим доступу: <http://ibo.wunu.edu.ua/index.php/ibo/article/view/475>

2. Костирко Р. О. Інтегрована звітність – інструмент соціально відповідального бізнесу / Р. О. Костирко // Часопис економічних реформ. - 2014. - № 1. - С. 49-54. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Cher_2014_1_11
3. INTERNATIONAL <IR> FRAMEWORK - JANUARY 2021 – Режим доступу: <https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2021/01/InternationalIntegratedReportingFramework.pdf>
4. THE FUTURE OF CORPORATE REPORTING. ICPAS-IIRC RoundtableSpecial Report. JUNE 2013. Режим доступу: <http://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/06/ICPAS-IIRC-Roundtable-Report.pdf>
5. Офіційний сайт IIRC. Режим доступу: <https://www.integratedreporting.org/>

Тацій А.Д.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В ЄВРОПІ

Ринок міжнародних перевезень відноситься до сфери послуг, яка в сучасних умовах глобалізації динамічно розвивається, обслуговуючи зростання обсягів торгівлі товарами. Особливе місце у сфері транспортних послуг належить міжнародним перевезенням, як вантажним, так і пасажирським. Міжнародні перевезення охоплюють всі види операцій, які становлять зміст процесу доставки товару від місця його виготовлення до місця споживання, або процес переміщення пасажирів. Суб'єкти міжнародного ринку перевезень, що є елементом інфраструктури, виконують власні функції, враховуючи специфіку своєї діяльності і задоволення власних інтересів. Диверсифікація ринку міжнародних перевезень означає: по-перше, розвинуту інфраструктуру ринку; по-друге, наявність конкурентного середовища на ринку; по-третє, формування економічних стимулів для отримання ефекту масштабу та збільшення можливостей на ринку; по-четверте, відповідну систему державного регулювання на ринку міжнародних перевезень [4].

Транспортні перевезення у ЄС є фундаментальним сектором для економіки. Транспортні послуги охоплюють комплекс мережі біля 1,2 мільйона приватних та державних компанії в ЄС, де працює близько 11 мільйонів людей, і завдяки яким надаються товари та послуги для громадян та бізнесу в ЄС та його країнах торгових партнерах [5]. Перевезення в ЄС також забезпечують мобільність для європейців, тим самим зробивши значний внесок у вільне переміщення людей

всередині внутрішнього ринку. Ефективні транспортні послуги та інфраструктура є життєво важливою для використання економічних сил усіх регіонів Європейського Союзу, для підтримки внутрішнього ринку та зростання, а також сприяння економічній та соціальній згуртованості. Вони також впливають на конкурентоспроможність торгівлі, на такі фактори, як ціна та якість транспорту. Перевезення суттєво впливають на виробництво, процеси та вибір торгових партнерів. Визначаючи вагому роль перевезенням за визначенням також слід зазначити, що транспортні послуги взаємопов'язані з різними сферами політики, такими як екологічна та соціальна політика [4].

Однією із загальних політик ЄС, яка здійснює регуляторний вплив на ринок міжнародних перевезень є транспортна політика. Регулювання ринку міжнародних перевезень в Європі у першу чергу здійснюється на основі Статті 4 (2) (g) та Розділу VI TFEU (Договору про функціонування Європейського Союзу) [3].

Тенденціями ринку міжнародних перевезень в Європі є зростання європейського транспортного сектору: у ЄС на транспортний та складський сектор припадає більше 5% загальної зайнятості та майже 5% ВВП; у секторі транспортних і складських послуг працює понад 10 млн. осіб, переважно працюють чоловіки; зростання транспортних витрат; подальше відкриття транспортних національних ринків, соціальна згуртованість та конвергенція ринку міжнародних перевезень у Європі [2].

Отже, незважаючи на єдність ринку міжнародних перевезень в Європі, усе-таки існують проблеми конвергенції ринку. Це проблеми щодо юридичних бар'єрів для виходу на ринок, модернізація транспортних систем держав, які мають різні потреби, неоднаковий рівень інвестування в інфраструктуру галузі, плата за інфраструктуру та податки є різними в державах ЄС, імплементація принципу «забруднювач платить» та встановлення диференційованої плати за збір CO₂ [1].

Список літератури:

1. Бакаева І. Г., Вишневецький О. О. Регулювання єдиного ринку транспортних послуг Європейського Союзу. *Збірник наукових праць ДЕТУТ*, 2013, Вип.23-24, С.226-230
2. Transport in the European Union Current Trends and Issues. *Mobility and transport*. ЕС, 2019, 171 р.

3. Transport infographics. How EU policy has evolved over the last 5 years Mode of access: <http://ec.europa.eu/transport/facts-fundings/infographics/doc/transport-eu-policy-overview.pdf>.
4. WHITE PAPER Roadmap to a Single European Transport Area – Towards a competitive and resource efficient transport system <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52011DC0144>
5. Statistics EU https://ec.europa.eu/transport/facts-fundings/statistics/pocketbook-2020_en

Стадник С.В.

РОЗВИТОК СУЧАСНОГО БАНКІНГУ В УМОВАХ FİNTECH-РЕВОЛЮЦІЇ

Розвиток технологій послужив двигуном трансформації макроекономіки. Ключовим сегментом у розвитку фінансових ринків стало впровадження нових фінансових технологій, які з'являються в результаті консервативного фінансового менеджменту при використанні цифрових технологій. За останні кілька років індустрія фінансових технологій розвивалася значними темпами, але, незважаючи на швидкий розвиток цього явища, точне визначення фінтеху досі не отримано.

Поняття «фінансові інновації» набагато ширше за Fintech, і, відповідно, не всі фінансові інновації є фінансовими технологіями (наприклад, створення нового деривативу тощо). У той же час поняття фінансових інновацій можна частково включити до поняття «цифрової економіки» (фінтех повністю, оскільки його функціонування без цифрових технологій практично неможливо) [1].

Сучасний стан фінтеху характеризується швидкими цифровими трансформаціями, заснованими на поширенні роботизації, штучного інтелекту та інших інноваційних технологій. Наразі Fintech включає численні технологічні стартапи, а також великі організації, які намагаються покращити та оптимізувати фінансові послуги. За даними Pulse of Fintech H2'20, опублікованого звіту KPMG про глобальні тенденції фінтех-інвестування, загальне глобальне фінансування фінансових технологій становило 105 мільярдів доларів США за 2861 угодою у 2020 році [3].

На сучасному етапі розвитку банківських інновацій саме фінансові технології займають чи не найбільшу нішу, при цьому ринок відрізняється швидким розвитком цих технологій. Так, за різними даними, щорічно кількість споживачів цих технологій у світі зростає на 15–20% [4].

За 2019 рік приватними інвесторами та спонсорами залучено у розвиток фінтех-стартапів рекордних 100 млрд доларів. Світова ситуація така, що фінтех-галузь поки що найбільш розвинена у США та Великій Британії, при цьому азіатський континент має намір створити власний унікальний фінтех-сектор економіки.

Сьогодні фінансові компанії активно починають вкладати кошти у розвиток сучасних технологій з метою наздогнати за цим показником інноваційні організації, при цьому сьогодні та інші сфери характеризуються поступовим проникненням у них фінансових технологій [7].

Загалом, у галузі спостерігалися різні форми співпраці між класичними банками та Fintech. Якщо деякий час тому Fintech розглядали як потенційну загрозу для банків і банківської галузі загалом, то зараз говорять про співпрацю та взаємну вигоду. Фінтех-компанії можуть підтримувати банки, надаючи конкретні послуги, рішення, наприклад послуги аналізу ризиків.

На сучасному етапі сектор фінтех та банківської індустрії включає такі технологічні тенденції: хмарні технології та Bigdata, інтерфейс прикладного програмування, платіжні системи налаштовані за допомогою інструментів зі штучним інтелектом, open-банкінг.

Аналіз McKinsey вибірки даних про стартапи показує, що 62% стартапів займаються сегментом роздрібних банківських послуг, і лише 11% зосереджені на пропозиціях великих корпоративних банків. Платежі є найпопулярнішою сферою для узурпації, а кредитування є найбільш прибутковою сферою банківської діяльності за цільовим прибутком [9].

Використання фінансових технологій в сфері платежів між банками та іншими альтернативними установами також є чи не найважливішою частиною імплементації інновацій. Фінансові потоки зростають з розвитком діджиталізації

та фінтеху. У 2018 році близько 61 відсотка американців користувалися цифровими банківськими послугами, а до 2022 року цей показник зросте до 65,3% [12].

Вплив фінтеху на банківську діяльність та на фінансові послуги дає банківському сектору поштовх для розвитку. Наявність інтернет-сайту, мобільної версії сайту, особистого кабінету користувача вже стало стандартом для сучасного банку. Тож користувач за замовчування мчекає на такі послуги, як, наприклад, SMS-повідомлення про рух коштів або можливість керувати своїм рахунком онлайн.

Щоб конкурувати з фінтех-проектами, банки на новому ринку повинні або швидко перебудовуватися як в частині менеджменту змінами так і стосовно забезпечення якості обслуговування і безпеки клієнтів, або шукати сфери адекватної співпраці з фінансовими технологіями. Однак, незважаючи на відмінності та труднощі, фінтех-компанії та банки можуть отримати взаємну вигоду від співпраці.

Список літератури:

1. Дроботя Я. А. ДИДЖИТАЛІЗОВАНІ ІННОВАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ [Веб-сайт] / Я. А. Дроботя, Л. В. Бражник, О. О. Дорошенко – 2021. – URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/157>
2. KPMG. Pulse of Fintech [Веб-сайт]. - 2020. - URL: <https://home.kpmg/xx/en/home/industries/financial-services/pulse-of-fintech.html>
3. Nazariy H. The Impact of Fintech on the Future of Banks and Financial Services [Веб-сайт]. - 2021. - URL: <https://geniusee.com/single-blog/fintechs-impact-on-the-future-of-banking-and-financial-services>
4. Кахріманова К.Р. Особливості банківського нагляду та регулювання з погляду впровадження Базеля II та Базеля III у банківський сектор // СВІТ. Науково-практичний журнал. – 2018. – С. 26.
5. The Business Research Company. Global Fintech Market Value [Веб-сайт]. / The Business Research Company // Cision PR Newswire. - 2019. - URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-fintech-market-value-is-expected-to-reach-309-98-billion-at-a-cagr-of-24-8-through-2022--300926069.html> .
6. Lund S. What has and hasn't changed since the global financial crisis? [Веб-сайт] / S. Lund, A. Mehta, J. Manyika // McKinsey. – 2018. – URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/a-decade-after-the-global-financial-crisis-what-has-and-hasnt-changed> .

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ СПІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА АУДИТ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Облік та аудит фінансової звітності спільних підприємств — опція забезпечення законних прав та інтересів усіх зацікавлених сторін договору про спільну діяльність. Операції, що пов'язані з СД, мають бути повними, достовірними та вчасними за своєю організаційною сутністю задля дотримання нормативів, встановлених законодавством України та міжнародними нормативно-правовими актами.

Аудитор — незалежна особа, що здійснює моніторинг спільної діяльності в частині реалізації істотних договірних умов — зокрема, це стосується законності, прозорості та економіко-правових основ здійснення внутрішнього обліку, що відповідає положенням Методичних рекомендацій № 1873.

Спільна діяльність — одночасне функціонування щонайменше двох суб'єктів господарювання. Складність обліково-аудиторських ітерацій полягає у різниці організаційно-правових форм, галузево-економічного призначення та загальної класифікації прибуткової діяльності суб'єктів спільного підприємництва [1, с.10].

Аудит безпосередньо пов'язаний із проведенням перевірок спільної, та окремо — господарської діяльності материнської компанії та відповідних дочірніх організацій. На думку А. Лавриненко, «чисте» проведення бухгалтерського обліку можливе за наявності документованої звітності про проведення групою суб'єктів господарювання відповідних фінансових операцій [2, с. 41-42].

Для проведення облікових операцій спільної діяльності її учасники повинні користуватися вітчизняним та міжнародним законодавчим масивом. Ними визначаються методологічні, фінансово-інвестиційні, та інформаційно-операційні особливості ведення спільної діяльності підприємствами, загальна специфіка складання бухгалтерських облікові операцій та економічної звітності, поради щодо ведення спільної діяльності та її безпосереднього обліково-

аудиторського спрямування тощо. Інні нормативно-правові акти, що є дотичними до сфери здійснення СД, субсидіровано визначають статус, положення та права аудитора як перевіряючого суб'єктаспільної діяльності та порядок здійснення банківських розрахункових операцій, що є невід'ємною частиною здійснення господарської діяльності в Україні [3, 4, 5, 6, 7].

Міжнародним нормотворчим масивом у сфері СД виокремлюються понятійні аспекти здійснення спільноконтрольованого бізнесу та типізацію спільної діяльності, її обліковий аспект. Окрім цього, відбувається розмежування понять консолідованої та окремої фінансової звітності, дефініції дочірніх та материнських підприємств. Також визначаються поняття контролю, фінансової звітності та аудиту в асоційованих підприємствах як інвестиційній частці СД [8, 9, 10].

За своєю правовою природою, спільна діяльність — інструмент пошуку зменшення фінансових навантажень та покращення фінансових надходжень (прибуткової складової). Окрім того, СД — особлива форма господарювання.

На переконання І. Чалого, для обліку спільної діяльності є характерними наступні елементи : «зв'язок» сторін спільного підприємництва контрактним зобов'язанням; роль контрактного зобов'язання як юридичного підґрунтя для отримання спільного контролю учасниками [11, с. 49-50].

Спільна діяльність та її облік залежить від форм, в яких остання здійснюється. До різновидів її здійснення належать спільні операції та / або спільне підприємництво. Як зазначає Д. Дем'яненко, спільні операції — це наявне у сторін СД право на перелік активів та зобов'язань щодо вимог та умов договору. Спільне підприємництво — абсолютне право на акти вивід здійснення СД у «чистому» вигляді [12, с. 39].

Умовою здійснення своєчасного обліку спільної діяльності є наявність «спільного контролю». Останній, як вважає М. Лучко, пов'язаний із одностайним розподілом повноважень між учасниками СД за договором або домовленістю та є різновидом оперативного управління господарською діяльністю.

Отже, облік спільної діяльності та аудит фінансової звітності підприємств – два взаємопов’язаних елементи єдиного ланцюга, що забезпечують гласність, відкритість та мобільність наведення фінансових результатів за СД.

Список літератури:

1. Бабіч В. Спільна діяльність: облік та оподаткування : Бухгалтерський облік та аудит, 2011.— с. 8-12
2. Лавриненко А. Вдосконалення методики аудиту спільної діяльності в рамках простого товариства : Економічні та юридичні науки. Бухгалтерський облік, 2007.— с. 35-44
3. Наказ Мінфіну Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції» // Відомості Верховної Ради // Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00#Text>
4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07. 1999 р. (у редакції від 01.07.2021 р.)// Відомості Верховної Ради // Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
5. Методичні рекомендації Мінфіну № 1873 від 30.12.2011 р. (у редакції від 14.01.2020 р.) // Відомості Верховної Ради // Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1873201-11#Text>
6. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» 2658-III від 12.07.2001 р. (у редакції від 06.10.2021 р.) // Відомості Верховної Ради // Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14#Text>
7. Постанова НБУ «Про затвердження Інструкції про порядок відкриття і закриття рахунків клієнтів банків та кореспондентських рахунків банків - резидентів і нерезидентів» № 492 від 12.11.2003 р. // Відомості Верховної Ради // Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1172-03#Text>
8. Міжнародний стандарт фінансової звітності 11 (МСФЗ 11) «Спільна діяльність» № 929_066 від 01.01.2013 р. // Відомості Верховної Ради // Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_066#Text
9. МСБО 27 «Консолідована та окрема фінансова звітність» № 929_045 від 01.01.2012 р. // Відомості Верховної Ради // Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_045#Text
10. МСБО 28 «Інвестиції в асоційовані підприємства» № 929_046 від 01.01.2012 р. // Відомості Верховної Ради // Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_046#Text
11. Чалий І. Проблеми бухгалтерського обліку спільної діяльності : Бухгалтер, 2002. — с. 46-52
12. Дем’яненко Д. Організація спільної діяльності без створення юридичної особи : Бухгалтерія, 2003. — с. 34-40

Тарасенко А.

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ ТОВ ДЕКАТЛОН УКРАЇНА

Багато підприємств не бажають зупинятися на домашньому ринку, і прагнуть розширити свій бізнес на нову ринкову територію. Деякі причини, які спонукають підприємства до нових територій: зменшення залежності від одного ринку, розширення корпоративних технологій та знань, компенсація коливань на

основі сезонних циклів та продовження життя поточної лінії товарів або послуг. Це особливо відчутно серед європейських фірм, чий економічний стан в цілому відчув багато потрясінь останнім часом.

Європейська комісія вважає, що заохочення підприємництва і розширення існуючих підприємств є ключем до зміцнення європейської економіки (2012). Світова фінансова криза насправді розглядається як можливість для компаній запуснитися в усьому світі, оскільки млявий внутрішній ріст може змусити підприємства активніше шукати ринки в інших місцях. Браян Паллас, засновник і керівник OpportunityNetwork, підкреслює, що розширення на зовнішні ринки є основною переважною тенденцією серед компаній у його мережі членів. Це особливо необхідно, оскільки показники європейських фірм відстають від своїх колег зі Сполучених Штатів.

Згідно з опитуванням, проведеним Групою TMF, приблизно сімдесят чотири відсотки європейських компаній досліджували варіанти міжнародного розширення. Ці респонденти прагнули отримати доступ до нового ринку, і сімдесят відсотків з них також сподівалися збільшити свою частку ринку. Он'єкаУчеОфілі (OnyekaUcheOfili) виявив, що ще одна поширена причина прагнення фірми до розширення - знайти сферу, де витрати виробництва і витрати на оплату праці менші. Це не дивно, якщо врахувати, що Європейська комісія повідомляє, що більшість європейських країн процвітають завдяки практиці експорту.

Однак це непросте завдання, і багато підприємств зазнають невдачі у спробі глобального розширення. Вибір розширення ділових операцій на іноземну територію є одним з найбільш серйозних рішень власника або керівника, що компанія може зробити. Наталія Келлі з HarvardBusinessReview перелічує найбільш поширені помилки підприємств при переході на глобальний рівень: недостатньо конкретики з точки зору території розширення; нестача поглибленого дослідження ринку; відсутність адаптації каналів збуту; відсутність адаптації до пропозиції продуктів; мікроменеджмент локальних команд; відсутність глобального планування логістики.

На додаток до цих викликів, останні економічні кризи змусили організації переосмислити свою стратегію, що свідчить про те, що настав час розширити погляд з яким вони розглядають своє розширення шляхом додавання організаційних та соціальних питань до домінуючих економічних та стратегічних рішень»

Фактори розвитку міжнародної компанії. Глобальне розширення є вигідним як для бізнесу, так і для економіки, оскільки це важлива стратегія для зростання бізнесу, створення робочих місць та економічного розвитку. Однак розширення бізнесу на нову, невідому територію створює атмосферу невизначеності для корпорацій та фірм, оскільки невідомо, який тип клімату буде на цій території.

Широко прийняте визначення бізнес-клімату – це широкий економічний, політичний/регулятивний, технологічний та соціально-культурний сектор який характеризує національний ринок.

Коли країна демонструє високий рівень економічної невизначеності, це створює більший потенційний ризик для власників бізнесу та операторів, що робить його менш сприятливим для розширення на цій території.

Однак, коли країна або нова територія демонструє економічне зростання, це вигідно для бізнесу, що розширюється.

Соціально-економічний стан місця потенційного розширення може викликати серйозне занепокоєння, оскільки він безпосередньо пов'язаний з циклами попиту та пропозиції, а попит і пропозиція живлять основні цілі розширення компанії: вихід на нові ринки та/або отримання нових часток ринку.

Культурна чутливість також може бути розширена до включення споживчих тенденцій. Споживчі тенденції на потенційно новій бізнес-території є соціальним аспектом, який слід серйозно враховувати при розробці плану розширення. Багато дослідників вважають, що культурні тенденції споживачів є важливими індикаторами успіху бізнесу на європейських та азійських територіях.

Диверсифікація продукції визначається як процес розширення можливостей бізнесу за рахунок додаткового ринкового потенціалу існуючого продукту.

Диверсифікація може бути досягнута шляхом виходу на додаткові ринки та/або стратегії ціноутворення. Часто продукт може бути покращений, змінений, або розроблені нові маркетингові заходи щодо його просування.

Міжнародна експансія, як і будь-яка діяльність, має свої недоліки. Компанії можуть бути надмірно старанними у своїх зусиллях з міжнародного розширення. Навіть контролюючи диверсифікацію продуктів і базову продуктивність вони виявили, що результати транснаціональних корпорацій спочатку демонстрували покращення, проте багато фірм очікував спад у продуктивності з часом. Спадчасто є результатом надмірної експансії на зовнішні ринки та одночасного зменшення уваги до регіональних ринків.

Стратегія розвитку Декатлон. Стратегія вертикального зростання компанії Декатлон: створення портфоліо потужних та інноваційних власних брендів.

На відміну від зовнішньої схеми зростання, заснованої на створенні портфеля сильних брендів шляхом купівлі/придбання, як це зазвичай робить більшість компаній на багатьох ринках у Декатлон винайшли модель зростання бізнесу, засновану насамперед на розробці портфеля, що складається з нових власних брендів.

У той же час компанія розробила власний відділ досліджень і розробок, оригінальну систему управління знаннями та інноваціями. Таким чином, Декатлон відрізняється від своїх основних конкурентів, таких як Intersport і GoSport, які не вирішили розробляти та виготовляти власні інноваційні та сильні суббренди.

Сьогодні група Decathlon розпочала вищий курс вертикальним розширенням без прагнення підвищити привабливість своїх торгових точок. Створюючи спеціалізовані бренди, які безпосередньо конкурують з міжнародними спортивними брендами, компанія прагне контролювати ринок “згори” (швидше, краще контролюючи ціни...), зберігаючи при цьому свої позиції провідного спеціалізованого роздрібного продавця. Як це зазвичай буває з усіма великими міжнародними компаніями, ця стратегія передбачає її бажання «контролювати» весь ланцюжок створення вартості, щоб забезпечити кращу прибутковість.

З обігом продажів у 2019 році у 12,4 мільярди євро, з 1647 магазинами та маючи понад 102 000 співробітників, DecathlonGroup є компанією, яка бере

участь у справжній стратегії «розширення підприємницької діяльності». Основою є створення портфеля нових брендів, здатних не тільки виводити на ринок нові лінії продуктів, але й здатних надовго трансформувати цілий сегмент ринку.

Організаційна та стратегічна гнучкість цієї компанії сьогодні на спортивних ринках і навіть за її межами видається нетиповою та своєрідною! Компанія Декатлон відрізняє себе від своїх основних конкурентів справжньою стратегічною оригінальністю, яка дозволить їй швидко приєднатися до вузького кола великих світових виробників спортивних товарів. Слід пам'ятати, що ця компанія була створена і виросла як ритейлер. Сьогодні він має портфоліо інноваційних брендів, які більше не є звичайними брендами роздрібної торгівлі, як ті, які продають конкуренти.

Список літератури:

1. The Economist. Corporate overseas expansion: opportunities and barriers. . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eiuperspectives.economist.com/sites/default/files/CorporateOverseasExpansion.pdf>
2. Entrepreneur. How to take your company global. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.entrepreneur.com/article/159252>
3. European Commission (2014). File: importsand exportsas a percentage of GDP bycountry, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Imports_and_exports_as_a_percentage_of_GDP_y_country,_2014.png
4. Twarowska, K. And Kakol, M. (2013). International business strategy reasons and form so fexpansion in to foreign markets. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-02-4/papers/ML13-349.pdf>

Барикіна Л.А.

РЕГУЛЮВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ЯК ІМПЕРАТИВ СВІТОВОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ

Усучасному світі, а особливо сьогодні, фармацевтичний ринок займає одне з найпочесніших місць. Щоб забезпечити найвищу якість та безпеку у даному секторі, необхідно дотримуватися правил та рекомендацій міжнародних організацій.

Наразі кожна країна має власні нормативні правила, які стосуються виробництва, тестування, реєстрації та розповсюдження ліків, а також інноваційного використання. Крім того, існують міжнародні стандарти, яким

повинні відповідати всі країни або посилатися на них, щоб покращити виробництво та контроль якості[1].

Оскільки міжнародний попит на ліки продовжує зростати, світовий досвід показує багато спроб реалізації неякісних або підроблених препаратів, які призводять до тривалого та неефективного лікування і ставить під загрозу життя пацієнта. Тому, важливість регулювання та контролю фармацевтичного ринку важко заперечити.

До теперішнього часу триває процес збільшення масштабу та консолідація фармацевтичних компаній, найбільші з яких домінують не тільки всередині країн, а й на рівні світового фармацевтичного ринку. Отже, явище монополії все ще має негативний характер та вимагає державного втручання через регулюючі механізми.

Формування національного нагляду за ринком ліків базується на суттєвому розвитку теорії державного управління в сутності національного економічного нагляду. Зокрема, ця категорія розглядається як цілеспрямований вплив, функція, метод чи державно-адміністративний механізм, система заходів тощо[2].

Вирішити проблему постачання ліків відповідної якості слід здійснювати спираючись на досвід найбільш розвинених країн. Перш за все, цей аспект регулюється чинною законодавчою базою. Усі країни-члени Організації Об'єднаних Націй офіційно проголошують одне з найголовніших прав людини на доступні ліки як основу державної політики, але дійсно забезпечити право своїм громадянам на доступні та якісні ліки та медичні послуги через різні аспекти в змозі лише найбільш розвинені країни світу[3].

У розрізі цих міркувань можна вважати, що регулювання фармацевтичного ринку — це комплекс цілеспрямованих дослідницьких заходів задля усунення ринкового дисбалансу з об'єктивним задоволенням інтересів його безпосередніх учасників та слушним впливом на ситуацію в країні в цілому.

Список літератури:

1. Хосева Е. Н., Морозова Т. Е. Организация контроля качества, эффективности и безопасности лекарственных средств на государственном уровне за рубежом и в России. Качественная клиническая практика 2013. № 2. С. 53.

2. Державне регулювання економіки : Навч. посібник / С. М. Чистов, А. Є. Никифоров, Т. Ф. Куценко та ін. – К. , 2000. с 328.

3. Деятельность регуляторных органов в сфере обращения ЛС – их функции и направления работы. Анализ основных элементов государственной системы обеспечения качества лекарственных средств. URL:<http://quality.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%B0-3-%D0%9D%D0%A4%D0%9F-%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81.pdf>.

Дудко В.В.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ

Сучасний стан розвитку глобальної економіки характеризується зростання ваги екологічної компоненти. Зважаючи на те, що сільське господарство є суттєвим забруднили навколишнього середовища, саме виробництво органічних продуктів харчування є важливим елементом збереженням стійкого екологічного стану.

Органічні продукти зменшують ризики для здоров'я працівників ферм, їх сімей та споживачів, зводячи до мінімуму їх вплив токсичних і стійких хімічних речовин на фермі та в продуктах харчування, ґрунту, в якому вони працюють і грають, повітря, яким вони дихають, та води, яку вони п'ють . Діти особливо вразливі до пестицидів. Таким чином, пропонування на ринку органічних продуктів харчування та клітковини дає батькам можливість вибору продуктів, вироблених без використання цих токсинів.

Органічне виробництво не тільки допомагає знизити ризики для здоров'я населення, але все більше свідчить про те, що продукти, вирощені на органічній основі, багаті поживними речовинами, такими як вітамін С, залізо, магній та фосфор, з меншим впливом нітратів та залишків пестицидів у органічно вирощених фруктах, овочах, і зерно в порівнянні зі звичайно вирощеними продуктами [1].

Виходячи з вище названих факторів я вважаю цю тему актуальною та важливою не тільки на сьогоднішній день, а і на майбутні десятиліття також.

До органічних продуктів харчування відносять: свіжі або оброблені продукти, вироблені методами органічного землеробства. Органічні продукти

харчування вирощуються без використання синтетичних хімікатів, таких як штучні пестициди та добрива, і не містить генетично модифікованих організмів (ГМО). До органічних продуктів належать свіжі продукти, м'ясо та молочні продукти, а також оброблені продукти, такі як крекери, напої та заморожені страви. Ринок органічних продуктів харчування значно зріс з кінця 20-го століття, перетворившись на багатомільярдну галузь з чіткими системами виробництва, переробки, розподілу та роздрібної торгівлі яка сказала 106 млрд. дол. у 2019 (рис 1).

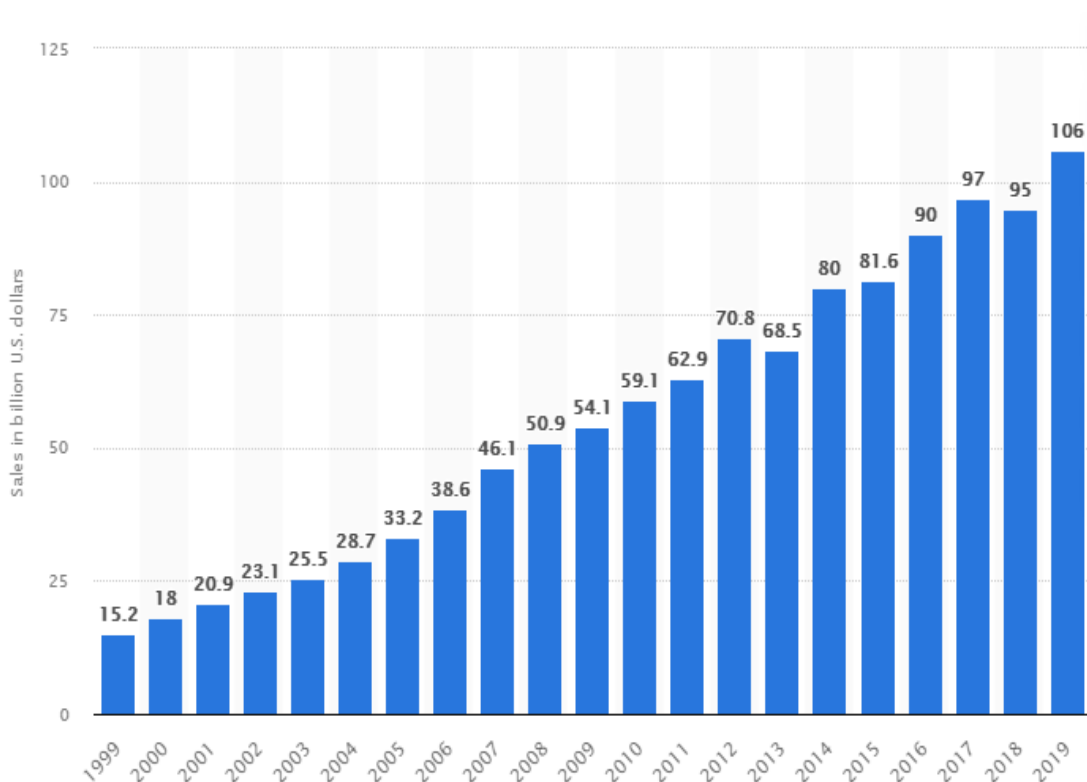


Рис.1 – Світові продажі органічних продуктів харчування з 1999 по 2019 рік[2]

Світовим лідером по вирощуванню, виробленню та продажу органічних харчових продуктів є Сполученні Штати Америки, які займають приблизно 40 відсотків світового ринку.

За даними Асоціації органічної торгівлі (ОТА), обсяги продажів органічної продукції в США зросли на 12,4% у 2020 році, вперше подолавши позначку у 60 мільярдів доларів і більш ніж удвічі збільшивши зростання минулого року[3].

Отже, органічні харчові продукти - це дуже важливий напрям не лише в питаннях здоров'я та харчування, але й в світовій економіці також.

Зростання відбувається в основному завдяки тому, що компанії поновлюють свою діяльність та адаптуються до нових умов, відновлюючись від наслідків COVID-19, що раніше призвело до обмежувальних заходів стримування, що включають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, що призвело до оперативні проблеми. Очікується, що ринок органічних продуктів харчування досягне 380,84 млрд доларів у 2025 році.

Стрімкий розвиток міжнародного ринку харчових продуктів це не лише популярна тенденція, а й чітко продуманий крок у здорове майбутнє людства.

Список літератури:

1. Organic 101, Health Benefits of Organic, <https://ota.com/organic-101/health-benefits-organic>
2. Worldwide sales of organic food from 1999 to 2019. Statista. <https://www.statista.com/statistics/273090/worldwide-sales-of-organic-foods-since-1999/>
3. R. Redman. Organic food sales jump nearly 13% to record high in 2020. Supermarket news. 2021.

Харенко М.О.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА МІЖНАРОДНІ АВІАПЕРЕВЕЗЕННЯ

Спалах нового захворювання перетворився на повномасштабну пандемію, яка становить глобальний ризик для нашого здоров'я та глобальної економіки. Заради запобігання поширенню хвороби влади країн всього світу були змушені вжити заходів, серед яких закриття кордонів і введення карантину в межах країн. Пандемія, викликана COVID-19, вплинула на мобільність повітряного транспорту, а також на авіаційну галузь загалом, авіакомпанії значно скоротили кількість рейсів або зовсім припинили польоти. Вагоме значення авіації полягає в тому що вона є найефективнішим (найшвидшим), а від так пріоритетним видом транспорту при перевезеннях на великі відстані.

Авіаційний сектор є одним із найрозвиненіших секторів бізнесу з щорічним зростанням попиту на пасажирів, що сягає близько 4,2% у 2019 році. Авіаційна галузь постійно розвивається: понад 5000 авіалайнерів і понад 40 мільйонів рейсів на рік. Протягом останніх кількох років щорічне зростання попиту на пасажирів становило понад 7%, але наразі спостерігається тенденція до зниження, що в основному було викликано уповільненням світової економіки та сильною конкуренцією у світовій авіаційній галузі. Ринкова вартість основних світових авіалайнерів вимірюється десятками мільярдів (USD), а вплив авіаційної галузі на світовий ВВП становить приблизно 1%. [1]

У ЄС авіатранспорт є найбільш постраждалим сектором, який зазнав скасування понад 90% запланованих рейсів. Активність повітряного транспорту в регіоні ЄС поступово знижувалася в період з січня по квітень 2020 р. У таких країнах як Норвегія, Канарські острови, Італія, залежно від типу аеропорту, більшою мірою скоротились обсяги внутрішніх авіап перевезень, ніж міжнародних. В аеропортах країн Нідерланди, Німеччина, Люксембург, Ізраїль, Туреччина зафіксовано значне скорочення міжнародних перевезень [2]. У березні 2020 р. в порівнянні з аналогічним періодом 2019 р. найбільше зниження пасажиропотоку спостерігалось в Італії (-11,9 млн, -85%), Німеччині (-10,7 млн, -62%), Данії (-1,7 млн, -63%), Фінляндії (-1,1 млн, -57%), Чехії (-0,8 млн, -65%) та Угорщині (-0,7 млн, -58%) [3].

Авіаційна промисловість є важливою рушійною силою для всіх інших супутніх послуг. Зараз у світі налічується понад 1200 великих міжнародних аеропортів, які обслуговують понад 4 мільярди пасажирів на рік. [4] Середнє скорочення регулярних щоденних рейсів становить понад 88% за даний період часу, близько 157 000 скасованих рейсів.

За розрахунками Міжнародної організації цивільної авіації (ICAO), збитки пасажирських авіакомпаній від пандемії можуть сягнути від 160 до 253 мільярдів доларів залежно від сценарію виходу з карантину. Загальний пасажиропотік авіакомпаній у світі може впасти на понад 1 мільярд пасажирів.

Загалом, вантажні рейси не постраждали від спалаху COVID-19; крім того, у деяких випадках навіть спостерігалось збільшення кількості рейсів через поставки медичного обладнання та обміном товарами між країнами. Доходи отримані вантажними авіакомпаніями склали до 128,8 млрд доларів США у 2020 році. Падіння активності авіакомпаній вже вплинуло на інші галузі, зокрема енергетичну: через те, що літаки не літають та не споживають пального.

Наприклад, Wizz Air оголосив, що скорочує 19% штату та зменшує зарплати. Авіакомпанія Lufthansa припиняє роботу дочірнього лоукостера Germanwings та скорочує частину флоту. Air New Zealand планує звільнити всіх пілотів Boeing 777, які розраховані на далекомагістральні перельоти. Загалом по всьому світу через пандемію припинили виконувати рейси 64 пасажирські авіакомпанії.

Підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити такі висновки: наслідки від пандемії коронавірусу в 14 разів більші, ніж від глобальної фінансової кризи 2008-2009 років. Карантинні обмеження, запроваджені країнами через пандемію коронавірусу, призвели до драматичного скорочення кількості авіапасажирів. Порівняно з 2019 роком число пасажирів авіакомпаній світу скоротилося на 60 відсотків. Середнє скорочення регулярних щоденних рейсів становить понад 88% у квітні-травні 2020, що означає загалом понад 157 000 скасованих рейсів. Загалом, вантажні рейси не постраждали від спалаху COVID-19. По всьому світу через пандемію припинили виконувати рейси 64 пасажирські авіакомпанії. Кожен день вимушеного простою все більше розхитує фінансове становище перевізників та тисяч підприємств, які обслуговують потреби авіаційної галузі. Пережити складні часи зможуть лише компанії, які здатні адаптуватися до нової реальності. Вона диктує необхідність відмовитись від зайвих видатків, дорогих в експлуатації бортів, неприбуткових рейсів, роздутих штатів та втримати лояльних клієнтів. І вірити, що найближчими місяцями люди знову перестануть боятися заповнених літаків.

Список літератури:

1. Economic Performance of the Airline Industry IATA. [iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/airline-industry-economic-performance---december-2019---report/](https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/airline-industry-economic-performance---december-2019---report/) .
2. Impact of coronavirus (COVID-19) pandemic on air transport mobility, energy, and environment: A case study. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/er.5706#:~:text=The%20recent%20pandemic%20caused%20by,the%20airline%20industry%20in%20general.&text=Cargo%20traffic%20was%20not%20significantly,the%20fight%20against%20the%20disease>
3. Impact of COVID-19 on air passenger transport. EUROSTAT. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20200616-2>.
4. Джерело в інтернеті : https://go.updates.iata.org/stats-whitepaper?utm_source=Website&utm_medium=ContentBody&utm_campaign=BIS007-AirlineStats-2019.

Остра К.В.

РОЗВИТОК РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ ЗАДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Сфера продовольства - один з найважливіших секторів економіки будь-якої країни, що зумовлює особливу роль і значення її кінцевої продукції у задоволенні потреб населення. Харчові продукти є важливими та незамінними у життєдіяльності людини. Розвиток харчової промисловості і сільськогосподарська продукція, що є основою харчування, виступає демографічним чинником.

Продовольча безпека – захищеність життєвих інтересів людини, яка виражається у гарантуванні державою безперешкодного економічного доступу людини до продуктів харчування з метою підтримання її звичайної життєвої діяльності.[1] Для оцінки продовольчої безпеки кожної країни застосовують Глобальний індекс продовольчої безпеки (Global Food Security Index). Україна у Глобальному Індексі продовольчої безпеки у 2020 році займає 54 місце. Україна має результати, які суттєво нижчі середніх по світу — прогнозований ріст населення— в Україні — -2.6%, у світі середній — 5%; деградація земель— в Україні — 25%, у світі середній — 19,7%. Проте є і хороші результати, наприклад, можливість зберігання харчів— в Україні 100%, у світі середній — 84,1%; доступ до питної води — в Україні 93,8%, у світі середній — 87,2%. [5]

Ринок харчових продуктів - сфера, в межах якої формуються умови для забезпечення продовольчої безпеки. Харчова промисловість - це галузь

переробної промисловості, сукупність виробництв харчових продуктів у готовому вигляді або у вигляді напівфабрикатів, а також тютюнових виробів, мила і миючих засобів. У системі АПК харчова промисловість тісно пов'язана з сільським господарством як провайдером сировини і з торгівлею.

Для визначення напрямку руху, структуризації та побудови стратегії покращення необхідним є розуміння слабких сторін і причин відсутності продовольчої безпеки країни. Виокремлюють 4 основні категорії, які є факторами виникнення дефіциту споживання харчових продуктів та їх недостачі в цілому: управлінські, економічні та виробничі, демографічні та соціальні, клімат і навколишнє середовище. [2, С.27]

Україна зіткнулась з такими перешкодами, як перше за все відповідальне і сумлінне управління у сфері продовольчої безпеки на національному рівні, розповсюджуючи це на регіональні, обласні та міські підрозділи. Постійний дефіцит споживання харчових продуктів, економічна криза і спад цін на продовольство, показали крихкість механізмів в області продовольчої безпеки і харчування.[2]

У контексті Цілей Сталого Розвитку, адаптованих для України, до 2030 р. визначено ціль "Подолання голоду, розвиток сільського господарства". Досягнення цілі ґрунтується на виконанні таких завдань як забезпечення доступності збалансованого харчування на рівні науково обґрунтованих норм для всіх верств населення; підвищення вдвічі продуктивності сільського господарства, насамперед за рахунок використання інноваційних технологій; зниження волатильності цін на продукти харчування [2].

Для досягнення вищенаведених завдань у матеріалах «Аналіз державних стратегічних документів щодо врахування адаптованих для України Цілей Сталого Розвитку до 2030 року» визначено пріоритетні напрямки розвитку і визначені їх ключові заходи: підвищення рівня інвестиційної привабливості аграрного сектору; технічна модернізація сільськогосподарського виробництва та харчової промисловості; забезпечення стабільності, прогнозованості та прозорості системи державної підтримки аграрного сектору шляхом

запровадження середньострокового бюджетного планування та виділення на підтримку сільгоспвиробництва не менше 1% від обсягу валового випуску продукції сільського господарства; прозорість та ефективність ланцюгів поставок, тощо. [4, 23-25]

Стратегія покращення, розвитку та руху уже розроблена, сфери виокремлені та напрямки зрозумілі. Для вирішення ключової проблеми слід використати структуру, яка подана в матеріалах «Аналіз державних стратегічних документів щодо врахування адаптованих для України Цілей Сталого Розвитку до 2030 року».

Забезпечення продовольчої безпеки в Україні є обов'язковою складовою національної безпеки, адже саме через правильне функціонування ринку харчових продуктів з забезпеченням продовольчої безпеки реалізується право громадянина на повноцінне, безпечне харчування при фізичній та економічній доступності, якості та безпечності харчових продуктів.

Список літератури:

1. Глобальный стратегический механизм в области продовольственной безопасности и питания. URL: <http://www.fao.org/3/MR173RU/mr173ru.pdf>
2. Аналіз державних стратегічних документів щодо врахування адаптованих для України Цілей Сталого Розвитку до 2030 року. Аналітична доповідь. Інститут економічних досліджень . 2017. С.84
3. Цілі Сталого Розвитку: Україна. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/cili-stalogo-rozvitku-ta-ukrayina>
4. Щербина С.В. Аналітичне дослідження стану продовольчої безпеки в Україні у контексті запровадження адресної допомоги у продуктах харчування для малозабезпеченого населення. Аналітичне дослідження. 2018. С.56
5. Global Food Security Index. URL: <https://impact.economist.com/>

Сьомка П.Ю.

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ ТА ЄС

На сьогоднішній день міжнародна торгівля відіграє важливу роль із боротьбою проти кризи COVID-19, адже починаючи з 2020 року прослідковується тенденція занепаду економічного розвитку. Вона здатна відновити економічну стабільність у країнах та навіть започаткувати позитивні тенденції еволюції не дивлячись на пандемію. З пакету Team Europe

Україні виділено 190 млн євро. Цей пакет є планом підтримки зусиль країн-партнерів у боротьбі з пандемією.

У відповідь на пандемію багато країн активно впроваджують заходи, пов'язані з торгівлею: з одного боку, вони знизили або скасували імпорتنі тарифи на низку товарів, а з іншого – обмежили або заборонили експорт «критично важливих товарів». У 2020 році Україна також ввела заборону на експорт засобів індивідуального захисту. У серпні 2020 року заборона на експорт засобів індивідуального захисту закінчилася і не продовжувалася. [1]

Слід зазначити, що у 2014 році Україна та Європейський Союз уклали Угоду про асоціацію. Угода про асоціацію є головним інструментом зближення України та ЄС: вона сприяє глибшим політичним зв'язкам, міцнішим економічним зв'язкам та повазі спільних цінностей. Україна почала скасувати мита на імпорт з ЄС з 1 січня 2016 року – початку створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС. Україна застосовує поступове зниження або ж скасування імпорتنих мит на імпорт із ЄС окремих чутливих груп товарів у межах зони вільної торгівлі між Україною та ЄС протягом 3-10-річного перехідного періоду (Додаток ІА до Угоди про асоціацію). Кількість українських компаній, що експортують до ЄС, зросла вражаючими темпами, з приблизно 11 700 у 2015 році до понад 14 500 у 2019 році. [2; 3]

В українському експорті до ЄС спостерігається позитивна тенденція до розширення товарних позицій (товарна диверсифікація). Також на ринок ЄС поступово почали надходити нові компанії, які раніше не експортували в ЄС, зокрема малі та середні підприємства.

Україна отримала дозвіл на експорт до ЄС більшості товарів тваринного походження, зокрема м'яса птиці, риби та рибних продуктів, меду, яєць та яєчних продуктів, молока та молочних продуктів, колагену, кишкової сировини, равликів, а також інших продуктів. -харчові продукти тваринного походження, наприклад, пух, пір'я та шкіри, технічний казеїн тощо. [4]

Станом на початок 2018 року 290 українських виробників продуктів тваринного походження вже отримали право експортувати продукти тваринного

походження до ЄС, у тому числі 110 виробників харчових продуктів тваринного походження. У 2016 році для вітчизняних виробників відкрився європейський ринок молочної продукції. А в 2017 році Україна стала одним із найбільших експортерів вершкового масла в ЄС. [5]

Кожен рік ЗТО між Україною та ЄС підвищується, зростає як імпорт, так і експорт, покращується також торгівельне сальдо.

У 2020 році експорт промислових товарів ЄС (78 %) в Україну мав більшу частку, ніж первинні товари (20 %). Найбільше експортованих промислових товарів склали машини та транспортні засоби (36 %), за ними йдуть інші промислові товари (22 %) та хімікати (20 %). У 2020 році в ЄС імпорт первинних товарів (52 %) мав більшу частку, ніж промислових товарів (47 %). Найбільше імпортованих первинних товарів була сировина (31 %), далі йдуть продукти харчування та напої (19 %) та енергоносії (3 %). [6; 7]

Отже, за останні роки, особливо після набуття чинності поглибленої та всеосяжної угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС динаміка української зовнішньої торгівлі структурно змінилася у кращу сторону. У 2020 році Україна була 18- м найбільшим партнером з експорту товарів ЄС (1,2%) та 19- м найбільшим партнером з імпорту товарів ЄС (1,0%).

Список літератури:

1. Eurostat. [Електронний ресурс] / Eurostat – Режим доступу до ресурсу: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
2. Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/en/2633-relations/torgovelnno-ekonomichne-spivrobitnictvo-ukrayina-yes/pokazniki-torgovelnno-ekonomichnogo-spivrobitnictva-ukrayina-yes>.
3. Analysis and forecasting of Ukrainian agrarian exports to the EU countries [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://are-journal.com/are/article/view/335>.
4. UNCTAD [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://unctad.org/projects>.
5. Кулицький С. Зовнішня торгівля України: стан, проблеми й перспективи (Початок, закінчення у № 10) [Електронний ресурс] / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2018. – № 9. – С. 81–93. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2018/ukr9.pdf>.
6. Артамонова Г. Зовнішня торгівля України з ЄС: можливості та виклики. Журнал європейської економіки. Видання Терно- пільського національного економічного університету. 2019. Т. 18. № 3(70). С. 283–295. URL: <http://jeej.tneu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/1398/1389> (дата звернення: 22.01.2020).
7. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами з країнами ЄС / Державний комітет статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zd/ztt_ES/ztt_es_u/ztt_es_9_19_u.htm (дата звернення: 30.01.2020).

ДЕЯКІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В АВСТРІЇ

Кожна країна світу має свою систему інструментів і методів регулювання міжнародної торгівлі на національному рівні. На мою думку, дуже розвинену систему регулювання міжнародної торгівлі має Австрія. Знаходячись в центрі ЄС, вона здебільшого імпортує та експортує в межах ЄС, маючи незначний товарообіг з іншими країнами [1]. Причина цьому, як розташування, так і високі стандарти якості.

Австрійська законодавча система не допускає дешеву неякісну продукцію на свій ринок. Австрійський споживач дуже цінує довіру до виробника та постачальника. Ця довіра захищена системою ліцензій та дозволами на ввезення\продаж. З іншого боку, держава підтримує вітчизняних експортерів.

Важливим механізмом фінансової підтримки експортерів виступає Австрійський контрольний банк (АКБ), який було створено одразу по закінченню II Світової війни. З 1950 року Контрольний банк забезпечує замовлення держави на сприяння експорту та реалізує державні гарантії. Статутний капітал АКБ становить 130 млн. євро. На кінець 2020 року для 3100 австрійських фірм банком було профінансовано 5450 експортних контрактів та надано 1264 державні гарантії [2]. У своїй діяльності банк спирається на закони про сприяння експорту та про фінансування експорту, про банківську сферу, а також керується директивами ЄС та вимогами СОТ.

Дуже важливу роль в регулюванні міжнародної торгівлі в Австрії відіграє Палата економіки – найбільше громадське об'єднання в країні, яке представляє інтереси її ділових кіл. Членство в Палаті економіки Австрії (ПЕА) є обов'язковим для всіх юридичних та фізичних осіб країни, які займаються підприємницькою чи фінансовою діяльністю, або наданням послуг. Це передбачається відповідним законом про Палату економіки Австрії від 1998 року. Всього зазначена організація налічує понад 517 тис. членів [3]. У структурі ПЕА для сприяння виходу австрійських підприємств на зовнішні ринки створено так

званий «інститут делегатів австрійської економіки», який функціонує більше ніж у 70 країнах світу, у т.ч. й в Україні. Ці установи знаходяться під патронатом австрійського посольства та мають дипломатичний статус.

В Австрії уповноваженою урядом бюджетною установою, на яку покладені завдання підтримки внутрішнього сільськогосподарського виробника та його захисту є Агенція з аграрного ринку "Агрармаркт Австрія" (АМА) [4]. АМА було засновано у 1993 році перед вступом Австрії до ЄС, як самостійну установу, основні завдання якої пов'язані з регулюванням ринку сільськогосподарської продукції, в тому числі виплатою субсидій сільгоспвиробникам.

Розвиток аграрного сектору є центральною темою всіх країн-членів Європейського Союзу, на фінансування якого виділяється найбільша частка європейського та національного бюджетів. В Австрії 57% фінансування аграрних програм здійснюється за рахунок коштів ЄС.

Згідно доповіді Федерального міністерства сільського господарства, регіонів та туризму Австрії "Зелений звіт 2021", у 2020 році на підтримку сільського господарства було виділено бюджетних коштів на суму 2,25 млрд. євро, з яких за рахунок бюджету ЄС надійшло 1,26 млрд. євро, бюджетів земель Австрії – 544 млн. євро та федерального бюджету - 419 млн. євро [4].

Важливим напрямком національного регулювання міжнародної торгівлі в Австрії, є створення бар'єрів на шляху небажаного імпорту. Серед них найбільш жорсткі на торгівлю з країнами, по відношенню до яких діє ембарго міжнародних організацій (Іран, Ангола, М'янма, Сьєра Леоне, Ліберія). Будь-яка торгівля з цими країнами відбувається за дозволом Федерального міністерства цифровізації та економіки Австрії [5].

В Австрії використовуються різноманітні процедури для ускладнення імпорту, деякі товари підпадають під ліцензування або стандартизацію, а деякі потребують отримання дозволу на ввезення. Австрії історично більш притаманна «система дозволів», а не ліцензування або стандартизацію, яка потребує отримання дозволу на певний вид діяльності або на проведення відповідних робіт. Наприклад, дозволи на ввезення тварин, м'яса та

м'ясопродуктів видаються Федеральним міністром охорони здоров'я, догляду, соціального та споживчого захисту Австрії [6].

Товари, що проходять митне оформлення, повинні відповідати вимогам, які закріплені у “Митному кодексі ЄС” [7] і в більшості випадків підпадають під дію системи стандартизації та оцінки, яка затверджена Європейською Радою ще у 1985 році. Хоча концептуально лише основні характеристики продукції підлягають перевірці, наприклад, на безпечність використання, можливість нанесення шкоди здоров'ю, на практиці вимагається дотримання конкретних технічних, хімічних та фізичних параметрів згідно рекомендацій європейських організацій з питань стандартизації. До них відносять Європейський комітет зі стандартизації, Європейський інститут телекомунікаційних стандартів, Європейський комітет з електротехнічної стандартизації та Європейська організація з технічного оцінювання тощо.

В Австрії контроль за впровадженням та координацією дій у цій сфері відповідно до компетенції покладено на 4 міністерства та одну агенцію. Зокрема, координацією сертифікації та стандартизації опікується Федеральне міністерство цифровізації та економіки.

Виходячи з викладеного, очевидно, що регулювання міжнародної торгівлі в Австрії є багатошаровим і комплексним процесом, в якому задіяні як державні так і неурядові структури. Особливо відчутний вплив цього регулювання у чутливих сферах економіки – сільське господарство, харчова промисловість та будівництво.

З іншого боку, Австрія не порушує зобов'язань, взятих на себе при вступі у міжнародні та регіональні організації, а лише використовує наявні можливості для захисту власного ринку та підтримки національних товаровиробників. Не зважаючи на невелику кількість населення та відсутність природних копалин, ця країна відіграє важливу роль у торгівлі товарами та послугами не тільки в центральній Європі, але і з країнами Балканського регіону.

Список літератури

1. Австрійське статистичне відомство. URL https://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/volkswirtschaftliche_gesamtrechnungen/index.html (Дата звернення: 29.10.2021)

2. Результати за 2020 рік АКБ, Figures of the 2020 financial year, Oesterreichische Kontrollbank Aktiengesellschaft URL <https://www.oekb.at/oekb-gruppe/die-gruppe-im-ueberblick.html> (Дата звернення: 29.10.2021)
3. Палата економіки Австрії, WKO, URL: <https://www.wko.at/service/w/wirtschaftskammer.html> (Дата звернення: 29.10.2021)
4. Зелений звіт 2021, Grüner Bericht 2021, Die Situation der österreichischen Land- und Forstwirtschaft Gemäß §9 des Landwirtschaftsgesetzes, 62. Auflage, Wien 2021
5. Федеральне міністерство цифровізації та економіки Австрії, експортний контроль, <https://www.bmdw.gv.at/Themen/Exportkontrolle.html> (Дата звернення: 29.10.2021)
6. Стисла інформація щодо ліцензування ринкових відносин «Kurzinformation LIZENZEN der gemeinsamen Marktorganisation» URL: https://www.ama.at/getattachment/b6125222-59c0-4947-a156-03b3e8768710!/Kurzinfo_Lizenzen_20190906.pdf (Дата звернення: 29.10.2021)
7. Митний Кодекс ЄС, Zollkodex EU, URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32013R0952> (Дата звернення: 29.10.2021)

Халіль Д.Х.

ІМПЕРАТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ПРАКТИЦІ СУЧАСНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Масштабні та динамічні трансформаційні процеси на глобальних ринках формують нові рамкові умови конкурентної боротьби і виживання країн, корпорацій і суб'єктів індивідуальної підприємницької діяльності. Змінюється не просто загальний фон оперативної активності, абсолютно новою стає філософія бізнесу і стратегічного успіху, коли недостатньою вже є моно- або полі-експортна орієнтація для країни, рівень відповідної спеціалізації для корпорації або набір вмінь та компетентностей індивідуального підприємця.

Епоха висуває нові умови до інноваційності, креативності, екологічності, соціальної відповідальності, гнучкості і мережовості бізнесу на будь-якому організаційному чи інституційному рівні.

Звичайно, для багатьох учасників подібні трансформації стали відповідним викликом і навіть причиною тимчасових шоків, але з часом, коли стало зрозуміло, що це тільки початкова стадія змін, коли додалися середовищні чинники пандемічних локаутів та істотних ринкових перекомпозицій, більшість як держав, так і корпорацій вдалася до системних адаптаційних заходів. Ключовими серед них стали ті, що спиралися на інструментарій стратегічного

планування і контролю. При чому в цьому контексті абсолютної популярності здобули короткотермінові плани дій задля рятування цілого ряду галузей і важливі сфер економічної активності.

Корпораційний ресурс також був певною мірою обмежений для повномасштабної реакції на виклики нової ринкової кон'юнктури і загострення конкурентної боротьби. І хоча більшість компаній все ж таки знайшла резерви компенсації тимчасових збитків, що виникли внаслідок пандемічних станів, проблема проактивності залишається актуальною й до сьогодні.

Питання пошуку і селекції оптимальних корпоративних моделей функціонування у глобальному швидкозмінюючому середовищі залишається принциповим, а його вирішення залежить від багатьох чинників, зокрема, від масштабу та профілю діяльності, розміру, ступеню інтернаціоналізації, характеру продуктово-сервісної специфіки, структури виробництва і споживання на ринку тощо. Не останню роль в цьому переліку відіграє специфіка маркетингової діяльності, яка багато в чому визначає конкурентний потенціал компанії як на внутрішньому ринку, так і на глобальній економічній арені.

Проте, в останні роки маркетингові витрати стрімко зростають, і якщо великий бізнес володіє можливостями самостійного проведення масштабних маркетингових досліджень і реалізації амбітних рекламно-промоутерських програм, то середні і малі суб'єкти підприємницької активності змушені звертатися до послуг сторонніх виконавців, тим самим нарощуючи ступінь критичної залежності від якості та відповідальності агенцій.

Саме тому, за умов активної інтернаціоналізації для цілого ряду компаній актуалізується використання оптимальних підходів маркетингового менеджменту, коли за умов ресурсної обмеженості робиться акцент на нішеві стратегії, максимальному дотриманні дисципліни бізнесу, підзвітності окремих підрозділів і підпорядкуванні локальних цілей реалізації загальної корпоративної мети. До того ж набуває особливої ваги і управління кадровим ресурсом, в деяких галузях (зокрема, в ІТ-секторі) залежність від якості його використання є доволі критичною.

Таким чином, сам факт корпоративної інтернаціоналізації ще не засвідчує її конкурентоспроможність. Навіть захоплена частка на зарубіжному ринку не гарантує подальшого просування на ньому. Специфіка глобального бізнес-середовища є такою, що усі напрацювання за певний період можуть бути знівельованими одночасно у випадку пасивності компанії в процесі відстоювання власних економічних інтересів. Тільки наявність високо диверсифікованого продуктово-сервісного портфелю, просування якого підтримано активними маркетинговими діями, що не є спорадичними, а знаходяться в загальному мейнстрімі корпоративного менеджменту, може гарантувати довгострокові конкурентні переваги, мінімізувати цілий ряд ризиків і дати можливість розширити горизонти власного розвитку на обраному сегменті чи ринку.

Список літератури:

- 1 Ассель, Генри. Маркетинг: принципы и стратегия. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 803 с.
- 2 Бабій Л. Міжнародна конкурентоспроможність національної економіки України // Україна у світовому економічному просторі. — 2012. — С.39–62.
- 3 Багіев Г.Л. и др. Международный маркетинг. — СПб. и др.: Питер, 2013. — 509 с.
- 4 Басовский Л.Е. Мировая экономика : Курс лекций: [Учеб. пособие для студентов вузов, изучающих дисциплину «Мировая экономика»] — М.: ИНФРА-М, 2014. — 206 с.

Шроль А.О.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ ADIDASAG

У сучасному світі через процес глобалізації відбувся поштовх до взаємозалежності з націями та людьми світу. Оскільки глобалізація продовжує відбуватися, глобальне середовище ділового світу збільшуватиме свою відкритість та повноту. Глобалізація визначається як «потік думок, продуктів і персоналу через національні кордони з безпрецедентною швидкістю, масштабом та кількістю» [1]. Основною рушійною силою економічної глобалізації стало зростання транснаціональних компаній або фірм (багатонаціональних), таких як «Adidas AG». Багатонаціональні корпорації можуть складатися з групи територіально розкиданих і розрізнених по цілям організацій, які включають її штаб-квартиру та різні національні дочірні компанії, усі з яких можна концептуалізувати як міжорганізаційну мережу, яка вбудована у зовнішню

мережу всіх інших організацій. [2]«Adidas AG» – це компанія, яка має всі характеристики транснаціональної компанії. Він розробив бізнес-стратегію, яка дозволила компанії вирости з невеликої взуттєвої компанії в корпорацію, продукція якої не тільки відома впродовж усіх продажів, але й продовжує бути конкурентоспроможною в усьому світі.

Компанія взяла на себе відповідальність за формування майбутнього світового спорту, розробляючи продукти, які відповідають смакам, уподобанням і моді спортсменів. Продукція, яку виробляє компанія, - це взуття, штани, рукавички, головні убори, захисні елементи трикотаж. Продукція виробника компанії «Adidas» найбільше підходить людям, які займаються різними видами спорту. Сильною стороною групи «Adidas» є її інноваційні можливості, і ця сила може бути пов'язаним з постійною зміною смаків клієнтів. Так «Adidas» використовує свої інновації, щоб щороку чи сезону придумувати нові ідеї, щоб не відставати зі зміною смаків клієнтів. Досягнення та вдосконалення в області технологій дозволили компанії «Adidas» побудувати прямі та міцні стосунки зі споживачами в усіх частинах світу. Молода робоча сила компанії дозволила компанії залишатися в унікальному становищі. Це дозволило «Adidas» продовжувати зосереджуватися та вдосконалювати свої цифрові можливості, щоб задовольнити майбутні потреби, смаки та вподобання своїх клієнтів.

В Україні бренд «Adidas» не потребує впровадження. Компанія працює в нашій країні з 1996 року і є одним з найбільших гравців на ринку спортивного одягу. [3]

Український ринок непередбачуваний. Тенденції дуже часто змінюються. Також варто відзначити швидко зростаючі запити клієнтів. З підвищенням курсу долара, коли вартість імпортованих товарів зросла, більшість українців запитали: «Що я отримаю за ці гроші?. Тому важливо, щоб клієнт міг отримати найкращий сервіс, або інноваційний продукт.

Окрім розробки різних продуктів, компанія також взяла на себе відповідальність за підвищення обізнаності про свій бренд у різних частинах. Інша послуга — слухати своїх клієнтів, щоб створити з ними найкращі враження.

З вище вказаного можна зробити висновок, що головними стратегічними напрямками розвитку компанії наразі є лояльність клієнта та запровадження інновацій в продукті та наданих послугах

Згаданий український ринок та його споживач є прикладом того, що запити дуже швидко та динамічно змінюються і без комунікації зі споживачем будувати роботу буде дуже важко. Інновації які створює та чи і інша корпорація є одним найшвидших способів зацікавити клієнта. Тому, в умовах всесвітньої глобалізації, важливим є постійний аналіз актуальності інновацій та напрямок їх розвитку.

Список літератури:

1. Ченг М., Берман С. Л. Глобалізація та розвиток ідентичності: китайська перспектива. (Ред.) Шварц С. Дж. Ідентичність навколо світу. – 2012. – С. 104-105.
2. Bartlett С. А., Academy of Management Review, Багатонаціональна корпорація як міжорганізаційна мережа, 1990, Vol. 15, № 4, 603-625.
3. Інформація про ДП «Адідас-Україна», [Електронний ресурс] https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/24251899/

Barsuchenko Khrystyna

GERMAN CONSULTING INDUSTRY

According to data provided by BDU, the market size of the consulting industry in Germany has more than doubled between 2006 and 2019 years. It reached a value of 35.7 billion euro [1]. The average industry growth in the period from 2006 and 2019 was 7.5 percent. In 2020, consulting industry suffered from the disruption caused by COVID-19. The pandemic led to the decrease in the figures of the market size by 3 percent, reaching a value of 34.6 billion euros. The whole Germany economy has faced a harsh time due to decline in revenues. Thus, the budgets on consultants were cut. However, it is projected that revenues of consulting market in Germany will equal approximately 44.3 billion euros by 2025, which is about 9.7 billion euro more than in 2020 year.

The largest share (40%) in the structure of consulting market is dedicated to operations consulting [2]. More and more CFOs turn financial to financial consultants,

who can optimize their finance and accounting projects. The total turnover from the operations consulting amounted 16 billion dollars, which is 20 percent less than in 2012. The next fastest growing sector is IT consulting with the share of 22% [3]. Almost all IT consultancy companies of TOP-20 have seen profits even in times of pandemic. The reason behind it was the need of companies to organize their work remotely and effect the performance of retail, especially mobile and web services, and delivery. The greatest decline in consulting market occurred in HR consulting sector. In times of isolations, clients were offered only the digital visualization of some HR improvements. And in most cases, clients did not consider it as a good replacement that is why it was hard to realize projects. This is especially true for consultants in search and selection of specialists and managers.

In 2019, companies that operate in sectors of Consumer & Individual products and Financial services were the highest spenders on consulting services: 33.9% and 24.1% respectively. Public Administration is the third largest spender with a market share of 9.4%. On the fourth and the fifth position we can observe Energy & Utility and Telecoms & Media spenders. They have almost the same 7.6% and 7.5% of overall spending structure for consulting services in Germany [3].

According to BDU figures, the number of firms present in German consulting market is growing steadily year by year. In 2020, the amount has reached 25 000, which is 54 percent higher that it was in 2008 [1]. Around 184 000 consultants were working in this firms in Germany comparably to 85 600 employees in 2008.

87% of the total firms presented in the German consulting industry generate sales annually of less than 1 billion dollars. The rest revenues in this market are generated by approximately 50 big players. They dominate within the consulting market across different areas of expertise, e.g. operations, strategy, IT- consulting, HR-consulting etc. Mainly international consulting firms such as McKinsey, Boston Consulting Group, etc. dominate on the market due to worldwide recognition. The next group in the German consulting industry consists of domestic firms. Among the leading German consultancies are Royal Berger, Simon-Kucher and Partners, Q-perior, Horvath, Porsche Consulting Gruppe etc. [4].

Individual consultant networks also play their role in the German consulting market. Germany is believed to be among the top five marketplaces for independent consultants. Networks are agile- organized consultancies that were also included into the ranking of the top consulting firms. Given the accelerating rise of gig economy, individual consulting networks has seen robust growth in the last few years. This segment now represents between 10 percent and 15 percent of the whole consulting industry in German. There are a lot of such networks, but the most famous ones are Comatch, Berate.de, Haufe Consulting, a-connect, Consultingheads.

The greatest number of German employees is working for companies of the Big Four. In total 17 000 of workers are employed by these consulting firms. McKinsey, Boston Consulting Group, Accenture are considered to be also very popular among potential workers. 8 600 employees are working there. Others consulting companies that have a great number of employees is involved in the staff of German consulting firms.

References:

1. Statista. 2021. *Statista - The Statistics Portal*. [online] Available at: <https://www.statista.com/>. [Accessed 14 November 2021].
2. BDU.2021.BDU- Bundesver band Deutscher Unternehmens be rater. [online] Available at: <https://www.bdu.de/>. [Accessed 14 November 2021].
3. FEACO. SURVEY of EUROPEAN MANAGEMENT CONSULTANCY. Dec. 2020. [online] Available at: <https://www.bdu.de/media/355642/report-feaco-2019-20.pdf>. [Accessed 14 November 2021]
4. Consultancy.eu.2019.- The largest mangement consulting firms in Germany. [online] Available at: <https://www.consultancy.eu/news/2993/the-10-largest-german-management-consulting-firms>. [Accessed 14 November 2021]

Борова М.С.

ОСНОВНІ ЕТАПИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАПІВ

З проблемою фінансування та дофінансування зіштовхуються всі компанії, які починають свою діяльність і венчурні підприємства не є виключенням. На різних стадіях життєвого циклу підприємства виникають свої потреби в фінансуванні, а тому виокремлюють і різні етапи фінансування. Допомагають

отримати фінансування інституту венчурного капіталу. Вони об'єднують гроші від кількох інвесторів, щоб допомогти фінансувати компанії з високим потенціалом зростання. В обмін на інвестиції венчурні фірми отримують акціонерний капітал або частку власності у вашій компанії. Окрім таких компаній венчурне фінансування можна отримати через корпоративні венчурні фонди або так звані сімейні офіси з великим капіталом, які все частіше інвестують кошти у стартапи.

Венчурні інвестиції зазвичай пов'язані з високим ризиком, який зважується на потенційно високу винагороду. Оскільки всі компанії мають свої особливості і відрізняються одна від одної, етапи та механізми фінансування їх діяльності можуть також дещо відрізнятися. Так, можна виділити від п'яти до шістьох типових етапів будь-якого венчурного фінансування [1]:

0) передпосівна стадія— на цій стадії зароджується ідея стартапу, створюється прототип продукту або послуги, щоб оцінити життєздатність вашої ідеї. На цьому етапі дуже важко знайти того хто надасть фінансову допомогу, але деякі венчурні компанії фінансують стартапи на цьому етапі в обмін на акціонерний капітал. Слід зауважити, що досить часто цей етап поєднують з наступним (посівним етапом) венчурного фінансування.

1) посівна стадія — на цьому етапі відбувається дослідження ринку, розробка бізнес-плану, формування команди управління та розробка продукту, і невеликі грошові суми, які стартапи збирають на початковій стадії, призначені саме для цих конкретних заходів. Мета цієї стадії полягає в тому, щоб довести майбутнім інвесторам, що у вас є потенціал для зростання та масштабування.

2) стадія А — цей етап зазвичай є першим раундом венчурного фінансування. На цьому етапі ваша компанія, як правило, завершила свій бізнес-план і має презентацію. Стартап доводить до досконалості свій продукт і напрацьовує клієнтську базу, демонструє постійне надходження доходів. На цій стадії інвестори оцінюють потенціал стартапу.

3) стадія В — на цьому етапі відбувається масштабування. На Стадії В відбувається фактичне виробництво продукції, організація маркетингових заходів

та збут продукції. Для розширення стартапу знадобляться більші капіталовкладення, ніж на попередніх стадіях. На відміну від стадії А на цьому етапі інвестори хочуть побачити фактичну ефективність і докази комерційно життєздатного продукту або послуги. Показники ефективності дають їм впевненість у тому, що стартап можете досягти успіху в більших масштабах. Інвестори надають кошти, необхідні для розширення ринків і формування оперативних команд, таких як маркетинг, продаж і обслуговування клієнтів.

4) стадія розширення або стадія С — це етап зростання стартапу. На цій стадії підприємство вже досягло певного успіху, і додаткове фінансування допоможе створити нові продукти або послуги та виходити на нові ринки.

5) підзня стадія, стадія максимуму — на цьому етапі стартап вже досяг зрілості і тепер потребує фінансування для підтримки збільшення обсягів виробництва. Після досягнення цього моменту компанія, можливо, захоче вийти на біржу. Тому цей етап часто називають етапом мосту або етапом перед IPO, який означає, що компанія вже працююча та життєздатна. Більшість інвесторів, які допомогали стартапу досягти такого рівня успіху, на цьому етапі, швидше за все, продадуть свої акції та отримають значну віддачу від своїх інвестицій.

б) первинне публічне розміщення акцій на біржі (далі — IPO) — це процес виходу приватної компанії на біржовий ринок шляхом пропозиції корпоративних акцій на відкритому ринку. Компанія, котра вийшла на біржу (публічна компанія) зазвичай оцінюється на 30% більше ніж така сама, але приватна. IPO підтверджує відповідність корпоративного управління компанії стандартам, досягнуту інформаційну прозорість та довгострокову перспективу розвитку бізнесу [4]. Але підготовка стартапу займає значний час, адже компанія повинна обрати банк-андеррайтер, підготувати документацію, яка відповідає стандартам андеррайтера, вирішити, скільки коштуватимуть її акції, для цього капітал підприємства оцінюють експерти, а власники встановлюють кількість паперів, що їх підприємство планує випустити. Виходячи з кількості акцій та вартості активів і формується їхня номінальна вартість, адже акції — це частки компанії [2, 3]. Також, компанія повинна зазначити цілі, на які вони збираються витратити кошти

з IPO і зазвичай вони спрямовуються на покращення інфраструктури, розвиток, розробку нових технологій. Для стартапу цей етап — це найдешевші гроші для компанії.

Отже, венчурне фінансування є невід’ємною частиною екосистеми стартап проектів. Фінансування стартапу залежить від багатьох факторів, а саме безпосередньо від ідеї, тобто від продукту, який розробляє і комерціалізує стартап компанія, на який сегмент ринку зорієнтований стартап, хто саме буде споживачами та від розміру самого стартапу. Саме від всіх цих факторів залежить залучення фінансування від інвесторів на всіх стадіях розвитку стартапу.

Список літератури:

1. Ben Fowle. Stages of Venture Capital [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.svb.com/startup-insights/vc-relations/stages-of-venture-capital>
2. Morgan Stanley [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.morganstanley.com>
3. JPMorgan [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.jpmorgan.com/global>
4. Федоренко В. Г. IPO як альтернативна форма інвестування на глобальних ринках капіталу// Інвестиції: практика та досвід. — 2012. — № 22. — С. 44-49.
5. Майорова Т. В. IPO як форма залучення інвестиційного капіталу// Фінанси України. — 2010. — № 6. — С. 80-88.

Вербовацька Є.С.

РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ІТ СФЕРИ)

У сучасному стані трансформації українського економічного ринку, одним з основних чинників стабільності позитивних соціально-економічних тенденцій, полягає в забезпеченні сталого економічного зростання та розвитку соціальної сфери в країні на основі мобілізації та ефективного використання всіх ресурсів і умов. Життєво важливий внесок малих та середніх підприємств у економічний розвиток – це загально визнана реальність. Демонстрація їх економічно та соціально вигідного впливу призвела до того, що сектор МСП став розглядатися як галузь стратегічних інтересів для економіки[1, с.332]. Серед методів розвитку стабільної економічної ситуації є розвиток малого та середнього підприємництва, оскільки саме вони є рушійною силою економіки країни. Саме МСП відіграє

вирішальну роль у соціально-економічному зростанні держави, розвитку інноваційної діяльності, оскільки є передумовою створення нових робочих місць і як наслідок зникнення проблем зайнятості та підвищення рівня життя громадян. Загалом малі та середні підприємства створені у дуже різноманітній, різнорідній, гнучкій, динамічній та адаптованій реальності. Здоров'я економіки залежить від кількості та динаміки МСП, а також від їх успіху на ринку[1, с.333].

З огляду на важливу роль малого та середнього бізнесу в розвитку держави, то потреба в державній підтримці розвитку МСП необхідна. Тому держава повинна активно брати участь у розвитку та формуванні підприємницької діяльності[2]. Створення сприятливих умов для ведення бізнесу та розвитку МСП є однією з середньострокових областей реформ, визначених у Стратегії сталого розвитку «Україна–2020»[4]. Державна фінансова підтримка МСП надається за рахунок державного та місцевих бюджетів.

Малий та середній бізнес є джерелом стійкого економічного розвитку країни. За даними Державного комітету статистики, 52% зареєстрованих в Україні підприємств належать до малих, які виробляють 7–15 % валового внутрішнього продукту (ВВП) країни. Слід також відмітити, що середні підприємства в структурі підприємств України займали близько 2,5%. За даними Федерації роботодавців України, 85 % української економіки створюється приблизно трьомастами великими підприємствами, й тільки 15 % ВВП припадає на частку малого і середнього бізнесу[5]. На сьогодні загальна кількість малих підприємств значно перевищує середні та великі. Аналіз підприємницької діяльності малого та середнього бізнесу дозволяє визначити такі істотні чинники її успіху: високу кваліфікацію; великі особисті контакти; достатні матеріальні і фінансові ресурси тощо.

У своєму дослідженні я обрала ІТ галузь, оскільки вважаю, що використання інформаційних технологій стає найважливішим чинником зростання, розвитку підприємств. У сучасному світі неможливо уявити ефективне ведення бізнесу без впровадження інформаційних технологій, вони забезпечують зв'язок із зовнішнім середовищем, передачу інформації, можуть

навіть замінити персонал (оскільки зараз програма може виконувати велику кількість роботи), збільшують ефективність діяльності.

На мою думку, продуктивність і рівень розвитку економіки країни сильно залежить від її здатності створювати сприятливі умови для МСП, які можуть надавати якісні послуги та конкурентоспроможні продукти за низькими цінами і в кількостях, адаптованих до місцевого ринку. Тому нашій державі необхідно більше приділяти уваги такому важливому сектору як малий та середній бізнес, шляхом запровадження ініціатив, кредитів на вигідних умовах, для цього стане в нагоді зарубіжний досвід, оскільки позитивним покращенням розвитку МСП в більшості країн стала саме державна підтримка та належні умови розвитку бізнесу.

Список літератури:

1. Cibela Neagu. Значення та роль малого та середнього бізнесу [Електронний ресурс] / Cibela Neagu. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://store.ectap.ro/articole/1217.pdf>.
2. Денисенко Н. П. Нормативно-правове забезпечення управління малим та середнім бізнесом [Електронний ресурс] / Н. П. Денисенко, П. Т. Колісниченко. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8923/1/%D0%94%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE1.pdf
3. Малахова Світлана Владиславівна. Стан малого бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Малахова Світлана Владиславівна. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/conf/2018-3/doc/2/2-12.pdf>.
4. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=95dce2b9-8e86-4c38-8fd914a20ca1277d&title=UriadUkhvalivPlanZakhodivSchodoRealizatsiiStrategiiRozvitkuMalogoISe rednogoPidprimnitstvaVUkraini>.
5. Фінансові результати до оподаткування підприємств за видами економічної діяльності (2019) http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/fin/fin_new/fin_new_u/fr_op_ek_2010_2018_u.xlsx

Зам'ятін Д.В.

КЛЮЧОВІ СФЕРИ ДВОСТОРОННЬОГО РЕГІОНАЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ та ПОЛЬЩІ

Міжрегіональне співробітництво є важливою складовою стратегічного партнерства України та Республіки Польща, ефективним засобом європейської інтеграції України, а також практичним механізмом впровадження європейських стандартів на регіональному та місцевому рівнях.

Для вирішення ключових питань українсько-польського міжрегіонального співробітництва на міжурядовому рівні створено інституційний механізм – Українсько-польську міжурядову координаційну раду з питань міжрегіонального співробітництва, яка приймає рішення з ключових питань міжрегіонального співробітництва, визначає загальні напрямки і головні принципи його розвитку, надає компетентним органам України і Польщі відповідні пропозиції, розробляє спільні програми діяльності, спрямовані на розвиток міжрегіональної співпраці та в цілому координує міжрегіональне співробітництво на рівні областей України та воєводств Республіки Польща. [1]

На сьогодні Україна має найрозвинутішу мережу міжрегіональної співпраці саме з Республікою Польща. Практично всі області України та воєводства Польщі уклали угоди про міжрегіональне співробітництво. Усі 16 воєводств Польщі мають партнера в Україні на рівні області. Найбільше українських партнерів мають Підкарпатське, Люблінське, Лодзьке, Сілезьке та Мазовецьке воєводства. З українського боку найбільше польських партнерів мають Львівська, Закарпатська, Одеська, Івано-Франківська, Вінницька та Волинська області.

Процес укладання двосторонніх угод про партнерство на рівні міст, районів і селищ з боку України та міст, повітів і гмін з боку Польщі має сталу тенденцію до зростання. На регіональному та місцевому рівнях між Україною та Польщею на сьогодні підписано близько 450 угод про міжрегіональне співробітництво. [2]

Республіка Польща – четверта економіка з найбільших торгових партнерів України у світі після Китаю та Німеччини. Обсяг двосторонньої торгівлі товарами з нею становить 1 771 млрд. дол. США (за результатами I кварталу 2020 року). Також Польща – другий найбільший у світі ринок (після Китаю) для експорту українських товарів.

Частка польських інвестицій в економіці України від загального обсягу ПІІ станом на 1 січня 2020 року складала 1,9% (сьоме місце в ЄС та десяте – у світі). За даними українського посольства у Варшаві, найбільший обсяг

польських інвестицій надійшов у промисловість – майже 50%. [3] Наразі, Польща зацікавлена у збільшенні товарообігу з Україною, реалізації енергетичної стратегії, співробітництві у військово-технологічній сфері тощо.

Найвагомішими польськими інвестиціями в Україні є: фабрика будівельної кераміки «Церсаніт», фабрика паркету «Барлінек», меблева фабрика «Новий Стиль», фабрика упаковки «Кен-Пак», фабрика автозапчастин «Інтер-Гроклін», фабрика металообробки «Полімекс-Мостосталь», банк «Кредобанк», «Плюс-банк», кластерне утворення «Агромісто» та інші. [2]

Основні капіталовкладення вітчизняних компаній в економіку Польщі – банківська й фінансово-страхова діяльність: Kredobank, PZU Ukraine – одна з найбільших страхових компаній у Центральній і Східній Європі. [2]

У 2021 року заплановано реалізувати проекти в енергосфері з державною нафтогазовою компанією Польщі PGNiG (видобуток природного газу й сирої нафти, зберігання і продаж). Цього року компанія відкрила свій офіс у Києві та планує розпочати пошуки газу на Заході України. [2]

Останні п'ять років були невикористаним потенціалом двостороннього співробітництва, зокрема, через непрозорість судової системи, ускладнення взаємодії з митницею, нестабільність законодавства.

Для ефективного співробітництва України та Польщі важливу роль відіграють транскордонне та міжрегіональне співробітництва. Адже в рамках такої співпраці створюються і реалізуються проекти, які дають позитивні зміни в багатьох громадах обох держав, а ефективне співробітництво приносить реальну користь мешканцям по обидва боки кордону. Велика кількість локальних ініціатив можуть бути прикладом для інших громад, а також формувати передумови для позитивних змін та розвитку українсько-польських відносин. Саме тому, потрібно підтримувати на загальнодержавних рівнях регіональні ініціативи співпраці, а також розширювати можливості учасників ТКС у європейських програмах, зокрема і при плануванні програмного періоду 2021-2027.

Список літератури:

1. Програма Транскордонного Співробітництва Польща-Білорусь-Україна 2014-2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/ua/pages/251> (Дата звернення: 08.09.2021).
2. Косович Б. Транскордонне співробітництво України і Польщі як рушій економічних відносин. URL: <https://repozytorium.ukw.edu.pl/bitstream/handle/item/3799/Trans-boundary%20cooperation%20of%20Ukraine%20and%20Poland%20as%20the%20mover%20of%20economic%20relations.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Дата звернення: 08.07.2021).
3. Омельченко Т. Посол Республіки Польща: «Через міграцію українських робітників за кордон тут тепер складно знайти фахівців для польських заводів». БартошЦіхоцькі – про фінансові вливання, заробітчан та самопочуття польських підприємств в Україні. URL: <https://mind.ua/publications/20220324-posol-respubliki-polshcha-cherez-migraciyu-ukrayinskih-robitnikiv-za-kordon-tut-teper-skladno-znajti-f> (Дата звернення: 08.07.2021).

Івасишина Л.М.

НАСЛІДКИ COVID-19 НА НАЦІОНАЛЬНИЙ РИНОК ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

COVID-19 відноситься до інфекційної респіраторної хвороби, викликаної штамом коронавірусу, вперше виявленим у грудні 2019 року. Виникнувши з Уханя, Китай, хвороба поширилася практично на кожну країну світу, ставши таким чином пандемією, а фармацевтичний ринок нарівні з охороною здоров'я опинився на передовій боротьби з нею.

Пандемія COVID-19 спричинила прямий вплив на доходи через передчасну смерть, прогули на робочому місці та зниження продуктивності, а також спричинила негативний шок пропозиції, оскільки виробнича діяльність сповільнилася через перебої в глобальному ланцюжку поставок та закриття фабрик.

Аналізуючи розвиток ситуації у Європі варто сказати, що існує три істотні наслідки, які були сформовані внаслідок коронавірусної хвороби та суттєво вплинули на ринок саме фармацевтичної промисловості, а саме:

- порушення глобального ланцюжка постачань у фармакологічному секторі, що несе за собою затримки у постачанні та підвищення вартості активних фармацевтичних інгредієнтів (АФІ).

- дефіцит лікарських засобів, який в основному включає потенційні ліки від COVID-19, а також пов'язану з цим пневмонію, що вплинув на ринок охорони

здоров'я медичних пристроїв та засобів індивідуального захисту (ЗІЗ), які включають захисні окуляри, засоби захисту рота і носа.

- спад попиту на рецептурні препарати через мінімізацію контакту пацієнтів із системою охорони здоров'я і зміни механізму взаємодії між пацієнтами і лікарями [1].

Пандемія коронавірусу спричинила зміни у споживанні лікарських засобів не лише в Україні, а й у світі, що спричинило логістичні ризики. Тому для вітчизняних виробників постало завдання забезпечення запасів деяких субстанцій, оскільки за кілька місяців до початку карантину світові країни-виробники субстанцій запровадили ембарго на їх постачання [2].

Однак, завдяки наданому високому рівню автоматизації і диджиталізації, у 2020 році національному ринку фармацевтичної промисловості все ж вдалося уникнути різкого дефіциту ліків та забезпечити ринок всіма необхідними ліками.

Але слід зазначити, що не все так погано і ринок лікарських засобів українських фармвиробників у 2020 році зріс на 13% порівняно з 2019 роком і становить 41 млрд грн як і експорт, що зріс на 7% [3]. Тож завдяки пандемії також можна сказати, що національний фармацевтичний за результатами 2020 року навпаки отримав непогані результати адже через пандемію люди почали масово купувати антивірусні й антибактеріальні препарати.

У 2020 році обсяг продажів аптечних препаратів зріс майже на 8% проти 2019 року і сягнув \$3,4 млрд., для порівняння, у 2015-му через аптечні мережі було продано ліків на суму \$1,9 млрд., а в середньому щорічне споживання медикаментів на одного жителя України становить \$96 [4].

Також зазначається, що 2020 рік приніс більше зростання у грошовому еквіваленті, ніж сумарне накопичувальне зростання за попередні п'ять років: у середньому ринок за попередні п'ять років показував +8%, цього року +13% саме за рахунок активної участі держави, при якому спостерігається суттєве зниження цін [3].

Слід сказати, що фармацевтичний ринок адаптувався від впливу пандемії та пов'язаних із нею локдаунів дуже швидко. В фармацевтичному секторі найвища

частка інноваційно активних виробництв з-поміж усіх галузей переробної промисловості. 48% фармвиробників сфокусовані на інноваціях у сфері R&D, технологій та обладнання, отримання і застосування нових знань, і на це фармкомпанії спрямували 1,5 млрд гривень [5].

Тож український фармацевтичний ринок має позитивні перспективи для подальшого розвитку і незважаючи на пандемію, він потужно вистояв та навіть зміг затвердити свої позиції та покращити сферу цифровізації у виробництві ліків та системі охорони здоров'я, завдяки чому є зростання регулювання ринку, що стимулює подальший розвиток.

Отже, завдяки пандемії Covid-19 ми зрозуміли важливість сильної фармацевтичної промисловості як частини системи охорони здоров'я та інструменту посилення національної безпеки.

Список літератури:

1. Полякова К. Наслідки пандемії COVID-19 для фармацевтики: виклики для галузі та для країни [Електронний ресурс] / К. Полякова. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.capital-times.com/ua-ua/kak-pandemiya-povliyala-na-rynki-farmaceutik>.
2. Скляренко Н. Вихід із кризи та діджиталізація процесів. Які зміни чекають на українську фарму в 2021 [Електронний ресурс] / Надія Скляренко. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://daily.rbc.ua/rus/show/vyhod-krizisa-didzhitalizatsiya-protsesov-1614333311.html>.
3. Український фармриннок у 2020 році [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.interfax.com.ua/news/press-conference/734294.html>.
4. Криза як можливість зростання фармринку [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/publications/20231404-kriza-yak-mozhlivist-zrostannya-farmrinku>.
5. Інновації в фармвиробництві стимулюють позитивні зміни в системі охорони здоров'я – дані дослідження [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.darnitsa.ua/press-center/novini-kompan/ukrayinska-farindustriya-dolaie-viklikikoronakrizi-i-prodovzhuie-trend-zrostannya---dani-doslidzhennya>.

Качан Ю.О.

ФОРСАЙТ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

Перехід економіки на шлях низьковуглецевого зростання є дуже важливою складовою політики кожної держави для забезпечення сталого розвитку. Європейські країни в середній і довгостроковій перспективі рухаються у напрямку переходу до моделі низьковуглецевої, циркулярної та кліматично

нейтральної економіки, тому обрана тема дослідження в умовах глобалізаційних процесів є досить актуальною.

Не дивлячись на поточний спад на світовому ринку природного газу та невизначеність економічної ситуації в цілому через пандемію Covid-19, нафтогазові компанії продовжують спрямовувати свою діяльність у напрямку до більш екологічного, низьковуглецевого майбутнього. У довгостроковій перспективі, перехід до низьковуглецевого виробництва перш за все важливий для лідерів ринку, оскільки це допоможе зберегти свої лідируючі позиції [1].

Потреба нафтогазової промисловості у великих капіталовкладеннях негативно впливає на швидкість переходу нафтогазових компаній до більш екологічного виробництва. Проблема загострюється тим, що суспільство занадто стурбоване екологічними проблемами, а тому найбільші потоки інвестицій спрямовуються в екологічно сприятливі розробки та проекти, наприклад в альтернативну чи ядерну енергетику.

Світовий енергетичний комплекс переходить від традиційного палива до відновлюваних джерел. Є багато прикладів того, як державні, так і приватні організації наполегливо працюють над декарбонізацією економіки [2]. Тенденція зеленої економіки набирає обертів, формуються нові екосистеми та з'являються нові технології. Ці розробки допомагають розвивати відновлювані джерела енергії, розробляти нові енергоносії, покращувати енергоефективність, та зменшувати викиди.

Побудова сценаріїв традиційно пропонує види потенційного майбутнього шляхом дослідження поточних трендів, а також аналізу впливу різних змінних. При побудові можливих сценаріїв розвитку, я розглядаю вплив двох чинників: ставлення суспільства до проблеми та глобалізації. Таким чином, я проаналізувала чотири можливі варіанти розвитку ринку природного газу в умовах переходу до безвуглецевої економіки [3].

Перший сценарій розвитку – це проактивна відповідь суспільства на кліматичні зміни, а також відкрита співпраця країн світу. Глобальна адаптація відновлюваних технологій прискорить електрифікацію та значно вплине на попит

на енергію та зменшить викиди. Споживачі почнуть звертати увагу на довгострокову економічну, соціальну та екологічну стабільність, що вплине на успішну комерціалізацію низьковуглецевих технологій та буде сприяти переходу до майже повної вуглецевої нейтральності. Між компаніями газового ринку буде відбуватися посилення конкуренції, оскільки споживачі будуть обирати компанії, які використовують більш «зелені», низьковуглецеві технології. Саме це буде закликати гравців ринку до оновлення своєї технологічної бази. Перевагу на ринку в такому випадку отримають державні компанії, оскільки вони будуть залучати значні грошові ресурси з боку урядів своїх країн.

Другий сценарій розвитку – це проактивна відповідь суспільства на кліматичні зміни, а також наявність незалежних регіональних економік. Неспроможність урядів країн глобально вжити заходів до кліматичних проблем призведе до того, що ініціатива перейде до рук провідних гравців газової промисловості. Компанії будуть розуміти ризики, які несе перехід до низьковуглецевої економіки для їх бізнесу, і саме вони будуть ставати основними драйверами впровадження екологічних технологій. За такого варіанту розвитку, передові позиції на газовому ринку відійдуть до приватних компаній, оскільки саме вони зможуть знайти необхідні ресурси для оновлення свого виробництва, в той час як державні компанії не зможуть залучати достатньо коштів.

Третій сценарій характеризується реактивною реакцією суспільства, та наявністю незалежних регіональних економік. Він полягає в тому, що перехід до низьковуглецевої економіки буде здійснюватися нерівномірно, а на рівні країн чи регіонів. Розвинуті країни матимуть змогу більше інвестувати у нові «зелені» технології, газові компанії в цих країнах будуть заохочуватися переходити до низьковуглецевих технологій, що призведе до збільшення впливу таких компаній на світовому ринку. Водночас, це спричинить зменшення конкурентоспроможності компаній, які будуть знаходитися в країнах, де перехід буде значно повільніший, або взагалі майже відсутній.

Четвертий сценарій розглядає реактивну відповідь суспільства на кліматичні зміни, а також відкриту співпрацю країн світу. Акцент залишиться на

економічному зростанні, а не екологічних проблемах, що призводить до сповільнення розвитку альтернативної енергетики, майже повного використання традиційних природних ресурсів та енергетичної кризи.

Таким чином, майбутнє газової промисловості в умовах переходу до безвуглецевої економіки матиме багато змінних: поведінка споживачів, інновації, глобальні відносини і дії щодо зміни клімату та багато інших. Для кожної з цих невизначеностей вплив буде відбуватися по-різному в кожному енергетичному сценарії. Важливо пам'ятати, що кожен сценарій суттєво відрізняється від інших, і що в усіх чотирьох з них можна побачити потенціал для позитивних результатів.

Список літератури:

1. Rich E. What is decarbonisation, and why do we urgently need it? URL: <https://www.virta.global/blog/decarbonisation>. (Дата звернення: 15.11.2021).
2. Chopra R. The 2030 decarbonization challenge URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/energy-and-resources/articles/the-2030-decarbonization-challenge.html>. (Дата звернення: наприклад, 15.11.2021).
3. Porter S. Energy scenarios in focus. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/energy-and-resources/articles/gx-energy-scenarios-in-focus.html>. (Дата звернення: наприклад, 16.11.2021).

Коваленко А.В.

РЕАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ РЕСПУБЛІКИ КОРЕЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ

Досягнення економічного розвитку та процвітання є однією з найважливіших цілей для будь-якої країни світу, аби забезпечити достатній рівень життя своїх громадян. Для досягнення поставлених цілей країна реалізує та відстоює національні інтереси на світовій арені.

У науковій школі існують два підходи до пояснення національних інтересів: реалістичний та ідеалістичний. В американській політиці існує також суб'єктивний метод, тобто національні інтереси та зовнішня політика визначаються суб'єктивними інтересами політиків. Узагальнюючим визначенням національних інтересів «є передусім узагальнений відповідно до існуючих процедур інтерес людей, що формують політичну націю» [1]. За ідеальних умов, формування національних інтересів передбачає узгодження інтересів усіх

громадян країни, проте часто це зводиться до врахування думки найбільш численних соціальних груп.

Важливо зазначити, що вчені вважають, що визначення понять «національний інтерес» і «національна цінність» синонімами - є неправильним. Оскільки національні цінності (формується під впливом культурних та історичних подій) є основою національних інтересів, вони визначають їх напрямки, а не національні інтереси.

Тож, при формуванні стратегій країна визначає свої національні інтереси та впроваджує їх. У 60-х рр. ХХ століття, Корея аби стати конкурентоспроможною країною, обрала для себе стратегію імпортозаміщення. У нашому випадку, імпортозаміщення варто розглядати з двох аспектів, як державну політику та стратегію економічного зростання та розвитку. Як державна політика імпортозаміщення розглядається як політика, спрямована на зменшення потреби національної економіки країни в імпорті певних видів товарів завдяки збільшенню частки реалізації на внутрішньому ринку таких товарів, вироблених на її території. Як стратегія економічного розвитку та зростання, імпортозаміщення – стратегія економічного зростання, що передбачає розвиток промисловості за допомогою імпортного протекціонізму, тарифних та нетарифних обмежень [2].

Згодом, уряд зрозумів, що обрана стратегія є мало ефективною, і наступним кроком стала стратегія експортоорієнтованості. Країни, зосередившись на ній, суттєво зміцнили позиції у низці напрямів на світовому ринку і набули стрімкого розвитку економіки. У рамках експортоорієнтованої стратегії уряд здійснює заходи, що полегшують вивезення товарів, створює фінансові пільги для тих галузей, які виробляють експортну продукцію, і веде боротьбу за поліпшення збуту товарів на зовнішніх ринках [3].

Завдяки обраній стратегії експортоорієнтованості, яка є актуальною для країни і сьогодні, Республіка Корея є одним із найбільших експортерів (посідає 7 місце) і однією з найбільших економік світу (посідає 10 місце). Однією з причин сьогоднішнього успіху Кореї є її чеболі (конгломерати) - Hyundai, Samsung, LG,

SKTTelesom та інші, адже їх прибутки складають більшу частину ВВП країни. Індустріалізація та міжнародна торгівля вже в 2004 році ввели її в «клуб трильйонників». Економіка Кореї продовжує зростати: загальний експорт Кореї в 2020 році досяг 601 622 млрд. доларів США [4], а номінальний ВВП – 1,631 трильйона доларів США [5].

У 2020 році Республіка Корея, зважаючи на пандемію COVID-19, впроваджує нову стратегію – The Korean New Deal. Перед обличчям пандемії COVID-19 корейська економіка зіткнулася з двома основними проблемами: сприяння відновленню після серйозної економічної рецесії та вирішення структурних перетворень.

Аби відновитися після пандемії, країна виділяє три основні інтереси, які лягають в основу розділів The Korean New Deal:

- розумна країна, яка знаходиться в центрі цифрового переходу щодо інфраструктури даних, мережі та штучного інтелекту (ДНК);
- зелена країна, яка досягає балансу між людьми, природою і зростання через зелений перехід до чистих нульових викидів, яка є відповідальним членом світової спільноти;
- безпечна країна, яка інвестує в людські ресурси для створення сильної мережі зайнятості та соціального захисту.

Для реалізації Digital New Deal буде інвестовано 58,2 трлн. вон (44,8 трлн. вон із бюджету) і створено 903 тис. робочих місць. З метою прискорення переходу до цифрової економіки інвестиції будуть зосереджені на інтеграції даних, мережі та ШІ (ДНК) у всій економіці (31,9 трлн. вон із бюджету) та на сприяння розвитку галузі UNTACT буде виділено 2,1 трлн. вон із бюджету.

Для реалізації Green New Deal буде інвестовано 73,4 трлн. вон (42,7 трлн. вон із бюджету) і створено 659 тис. робочих місць. З метою посилення кліматичних заходів та реалізації зеленої економіки інвестиції будуть зосереджені на зеленій інфраструктурі (12,1 трлн. вон з бюджету), відновлювана енергія (24,3 трлн. вон із бюджету) та сприяння зеленій промисловості (6,3 трлн. вон із бюджету).

Для реалізації Stronger Safety Net буде інвестовано 28,4 трлн. вон (26,6 трлн. вон із бюджету) і створено 339 тис. робочих місць. У відповідь на невизначеність, спричинену структурними перетвореннями, буде посилено зайнятість та мережу соціального захисту (22,6 трлн. вон із бюджету), а інвестиції в людський потенціал в цифровому та зеленому секторах будуть збільшені (4 трлн. вон. Із бюджету) [6].

Отже, Республіка Корея є однією з генераторів технологій та інновацій на світовому ринку. За допомогою вдало побудованих стратегій, таких як політика імпортозаміщення у середині 60-х та експортоорієнтованості з середини 70-х, а згодом і плану з досягнення національних інтересів The Korean New Deal, країна з кожним роком досягає нових цілей та просуває національні інтереси, відстоюючи свої позиції на світових ринках та сприяючи добробуту нації, за допомогою різних доступних для неї інструментів.

Список літератури:

1. Концепції національного інтересу в науковій літературі. URL: <https://jvestnik-politology.donnu.edu.ua/article/view/3931/3964> (Дата звернення: 12.11..2021)
2. Теоретичні основи розвитку політики імпортозаміщення. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2016_3_9 (Дата звернення: 12.11..2021)
3. Експортоорієнтовані стратегії економічного розвитку у світовій економіці. URL: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/dis_struk.pdf (Дата звернення: 12.11..2021)
4. Офіційна база даних World bank: export of goods and services (current US\$) URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.CD?locations=KR> (Дата звернення: 14.11..2021)
5. Офіційна база даних World bank: GDP (current US\$) URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=KR> (Дата звернення: 14.11..2021)
6. National Strategy for a Great Transformation The Korean New Deal URL: <https://english.moef.go.kr/pc/selectTbPressCenterDtl.do?boardCd=N0001&seq=5173> (Дата звернення: 14.11..2021)

Шаляпін О. І.

ДЕКОМПОЗИЦІЯ РИЗИКІВ У ПОРТФЕЛЬНОМУ ІНВЕСТУВАННІ ЗА САРМ

Проблема оптимізації портфеля, висвітлена у праці Г. Марковіца 1952 р., полягає у виборі інвестиційних портфель з високими очікуваними доходами та водночас з мінімально можливими ризиками, під якими часто розуміють дисперсію або стандартне відхилення дохідності активів у портфелі. При цьому,

основними припущеннями слугують: раціональність інвестора, що зумовлює вибір портфеля з вищим рівнем дохідності за заданого рівня ризику; та схильність інвестора до уникнення ризику, що пояснює вибір портфеля з меншим стандартним відхиленням за заданого рівня очікуваної дохідності[1, с. 82]. Таким чином, математична інтерпретація міркувань зводиться до наступної задачі:

$$L(\omega, \lambda) = \frac{1}{2} \omega^T V \omega + \lambda (\bar{R}_p - (R_f + \omega^T (\bar{R} - R_f e))),$$

де L – функція Лагранжа, ω – вектор ваг активів інвестиційного портфеля, V – дисперсійно-коваріаційна матриця, отримана на основі даних щодо дохідності активів та волатильності, \bar{R}_p – очікувана дохідність портфеля, R_f – дохідність безризикового активу, \bar{R} – вектор значень очікуваної дохідності активів у структурі портфеля, λ – параметр обмежень заданого рівня очікуваної дохідності портфеля, визначеної CAPM: $R_f + \omega^T (\bar{R} - R_f e) = \bar{R}_p$. За даними щоденних котирувань акційфондового індексу DAХу періоді з 30 червня 2017 року по 20 серпня 2021 року, розв’язано проблему оптимізації, і визначено очікувану дохідність та міри ризику, продемонстрованих на рисунку 1.

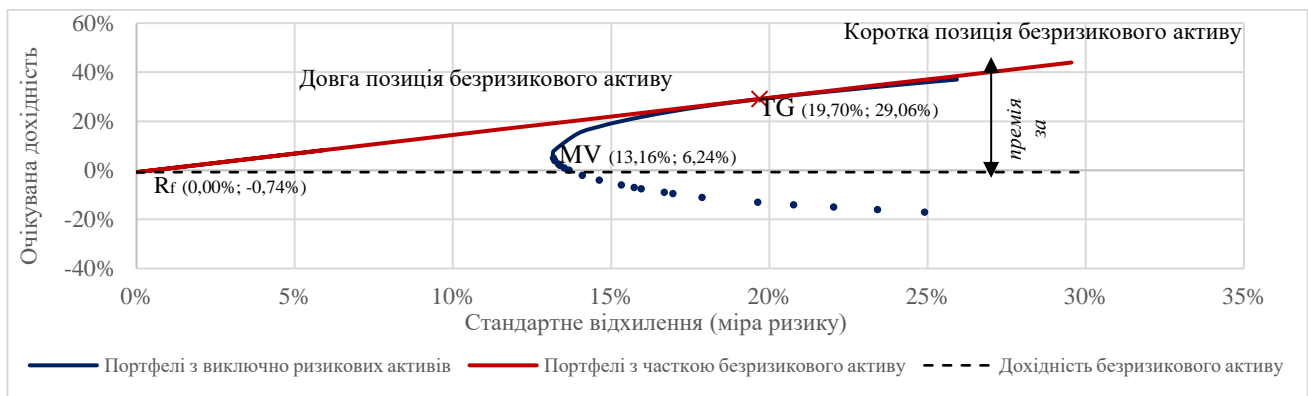


Рис. 1. Ефективні портфелі з ризикових і безризикових активів.

Джерело: створено автором на основі[2, с. 80; 3]

Кожна з точок, що належить зображеній на рисунку лінії або параболі, відображає оптимальні портфелі за співвідношенням дохідності та ризику. Проте парабола являє собою комбінацію портфелів, утворених з виключно ризикових активів, водночас, лінія (або лінія ринку капіталу) є також ефективною межею портфеля, що містить ризикові та безризикові активи. На противагу цьому,

ефективною межею параболи вважається лише вітка, яка прямує у додатньому напрямі очікуваної дохідності від її вершини (т. MV), у якій спостерігається мінімально можлива дисперсія портфеля. При перетині лінії з ефективною межею портфеля ризикових активів утворюється ринковий (дотичний) портфель, позначений точкою “TG”, в якому частка безризикового активу дорівнює нулеві, а міра систематичного ризику (β -коефіцієнт) дорівнює одиниці, що є передумовою формування надлишкової дохідності, залежної виключно від систематичного ризику. Оскільки при інвестуванні у ринковий портфель досягається мінімізація несистематичного ризику, його β -коефіцієнт (середньозважений з коефіцієнтів активів у структурі портфеля), забезпечує водночас очікуваний рівень доходу портфеля, доводячи теоретико-методологічні особливості β -коефіцієнта ринкового портфеля.

Таблиця 1

Детермінація β -коефіцієнтів ринкового портфеля та активів у його складі на основі коваріацій активів та індексної моделі Шарпа

Тікер	ADS	DHER	LIN	MRK	RWE	VNA	TG
β - коефіцієнт	0,68	1,40	1,35	0,63	0,67	0,54	1,00
β - коефіцієнт (індексна модель)	0,67	1,39	1,34	0,62	0,65	0,52	0,99

Джерело: створено автором на основі [2, с. 81; 3; 4, с. 281]

β -коефіцієнт відображає лише відносну міру ризику активу до портфеля. Набуваючи значення більше одиниці, β -коефіцієнт відображає вищий ризик активу у порівнянні з портфельним ризиком, а включення даного активу супроводжуватиметься зі скороченням портфельного ризику, як це продемонстровано у випадку варіювання кількості активів ринкового портфеля. Графічна інтерпретація поданого нижче рисунку, дозволяє відобразити, що диверсифікація активів, здійснена при оптимізації портфелю TG, зумовлює зниження портфельного ризику за рахунок редукції несистематичного ризику. Послідовне включення зазначених активів до структури портфеля зумовлює виникнення ефекту диверсифікації (зменшення сукупного портфельного ризику

на 57,27%), що супроводжується скороченням ризику до рівня систематичного ризику (дисперсії 0,0388, відповідно, стандартного відхилення 19,70%), уникнення якого не здатна забезпечити стратегія диверсифікації. Відтак, величина портфельного ризику ринкового портфеля є мінімально можливою.

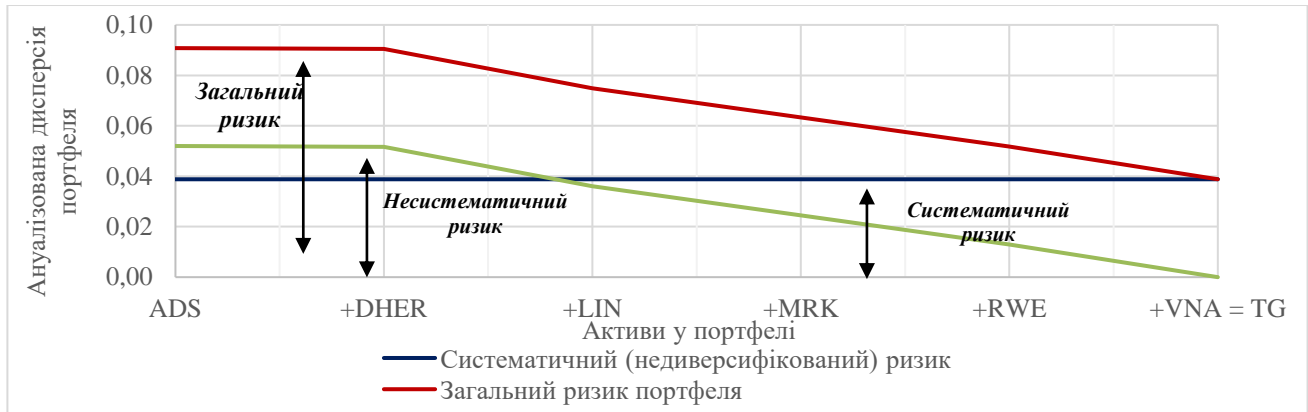


Рис. 1. Декомпозиція ризику (дисперсії TG-портфеля) при варіації кількості активів

Джерело: створено автором на основі [2, с. 84]

Застосування доробку портфельної теорії дозволяє наступних висновків інвестування у ринковий портфель (TG), а саме:

- за CAPM, оцінка портфелю, утвореного з наведених активів, включає компенсацію за ризик виключно систематичного ризику;
- оскільки β -коефіцієнт портфеля (середньозважений з коефіцієнтів акцій у структурі портфеля), що рівний одиниці, пояснює відсутність несистематичного ризику у портфелі, то визначення очікуваної дохідності портфеля TG спрощуватиметься до вигляду $\bar{R} = \bar{R}_m$.

Таким чином, дохідність портфеля залежатиме від виключно факторів систематичного ризику, що унаочнює вигоди від диверсифікації (уникнення несистематичного ризику), доводячи висновки, отримані з декомпозиції ризиків при включенні активів компаній у структурі TG-портфеля. Доводячи одночасно тези щодо відсутності компенсації CAPM за прийнятий несистематичний ризик, а також пропонуючи вигоди від диверсифікації активів у портфелі (зводячи загальний портфельний ризик до мінімуму – лише систематичної / недиверсифікованої частини).

Список літератури:

1. Markowitz H. M. Portfolio Selection. *The Journal of Finance*. 1952. Vol. 7. № 1. P. 77-91.
2. Pennacchi George G. Theory of Asset Pricing, 1st edition. Pearson, 2007. P. 592.
3. Франкфуртська фондова біржа: складові індексу DAX. URL: <https://www.boerse-frankfurt.de/indices/frankfurt-dax-indikation/constituents>
4. Sharpe W. F. A Simplified Model for Portfolio Analysis. *Management Science*. 1963. Vol. 9. № 2. P. 277–293.

Горобець Я.І.

СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ОСНОВА ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

Протягом кількох останніх десятиліть внаслідок економічного зростання відбулися динамічні зміни в усьому світі. Позитивним є те, що ряд країн досягли статусу середнього рівня доходу, мільйони людей були звільнені від бідності, покращився рівень життя. Однак, враховуючи те, що таке зростання часто приходиться за рахунок використання природних ресурсів, ці досягнення завдають довікілью значних збитків. Зростання попиту на енергію, їжу, воду та інші ресурси призвели до виснаження цих ресурсів, забруднення, погіршення стану навколишнього середовища та зміни клімату.

Оскільки фінансові та екологічні витрати, пов'язані з виснаженням довікілья і негативним екологічним впливом, в свою чергу починають впливати на економічне зростання, країни в усьому світі повинні знайти способи управління обмеженими ресурсами за умов збільшення потреб зростаючого населення світу. Вирішити цю проблему можливо лише спільними зусиллями країн, використовуючи стратегію сталого розвитку.

Перехід до сталого розвитку є одним із ключових елементів для досягнення екологізації глобального простору. Параметри, що характеризують сталість, включають три вектори: економічний, екологічний та соціальний. Сталий розвиток – це такий, що задовольняє потреби сьогодення, водночас не ставить під загрозу таку можливість для наступних поколінь. З сьогоднішнім населенням

світу 7,9 мільярдів та прогнозованим стрімким його зростанням, стає складніше забезпечити потреби людей, без завдання шкоди довкіллю [1]. Збільшення нездатності відповідально управляти природними активами, від яких залежить життя матиме значні економічні та соціальні наслідки для всіх.

Серед глобальних екологічних проблем також такі як збільшення викидів парникових газів, значне забруднення повітря, забруднення пластиком та дефіцит питної води. За останні 25 років 60% основних екосистем світу були деградовані або використані нестабільно, у тому числі через погіршення якості ґрунтів, деградацію земель та вирубку лісів. За прогнозами до 2050 року глобальне біорізноманіття суші зменшиться на 10%, прискорюється масове вимирання дикої природи на Землі [2]. У сільському господарстві погано керована інтенсифікація посилила агрохімічне та водне забруднення, виснаження та засолення ґрунтів. Витрати та наслідки бездіяльності щодо цих та інших екологічних проблем величезні і можуть поставити під загрозу подальше життя та загальний добробут майбутніх поколінь, які можуть опинитися в значно не вигідному становищі.

Надзвичайно важливе значення для сприяння захисту та процвітання планети має стратегія сталого розвитку ООН, яка має на меті створити умови для сталого, всеосяжного та стійкого економічного зростання, спільного процвітання та забезпечення гідних умов праці для всіх [4]. Вона містить 17 основних цілей сталого розвитку, які спрямовані на мобілізацію глобальних зусиль для подолання бідності, сприяння миру, захисту прав гідності всіх людей та захисту планети.

Цього року три скандинавські країни – Фінляндія, Швеція та Данія очолюють цьогорічний індекс цілей сталого розвитку (SDG). Країни з низьким рівнем доходу, як правило, мають нижчі показники індексу SDG. Бідніші країни, зазвичай не мають достатньої інфраструктури та механізмів управління ключовими екологічними проблемами, які є в центрі уваги цілей сталого розвитку [3].

З приходом пандемії COVID-19 вперше середній глобальний показник індексу (SDG) за 2020 рік зменшився порівняно з попереднім [3]. Зниження, зумовлене значною мірою зростанням рівня бідності та безробіття після спалаху пандемії, яка вплинула на всі три виміри сталого розвитку. Країни з низьким

рівнем доходів, та ті, що розвиваються, не мають достатньої інфраструктури та механізмів управління ключовими екологічними проблемами, не мають фінансового простору для фінансування реагування на надзвичайні ситуації та інвестиційних планів відновлення, узгоджених із цілями сталого розвитку.

Різниця у фінансовому просторі країн з високим і низьким рівнем доходу полягає в тому, що багаті країни, ймовірно, відновляться від пандемії швидше, ніж бідні країни. Існує принаймні чотири ключові способи збільшення фінансового простору SDG та стійкому відновленню після COVID-19:

- вдосконалення глобального монетарного управління, зокрема покращення ліквідності для країн з невеликими цінами;
- покращення стягнення податків, підтримане кількома глобальними податковими реформами;
- збільшення фінансового посередництва з боку Міжнародного банку реконструкції та розвитку для підтримки довгострокового фінансування;
- списання боргів SDG.

Структурні реформи, можуть сприяти зростанню через три канали. Спочатку вони можуть підвищити ефективність і допомогти збільшити кількість доступного природного, фізичного та людського капіталу. По-друге, добре розроблена екологічна політика може стимулювати інновації, виміряні за витратами на НДДКР або патентам. Зелене зростання може також збільшити торгівлю чистими технологіями, підтримуючи їх швидке поширення на міжнародному рівні. По-третє, зелена політика може підвищити стійкість до екологічних потрясінь (наприклад, стихійних лих) або економічних шоків (наприклад, у випадку з пандемією, або стрибками цін на сировину), тим самим зменшуючи ступінь мінливості цін на природні ресурси та вузькі місця. У цьому контексті, враховуючи потенційний вплив політики зеленого зростання на інші пріоритети, такі як продовольча безпека і доступ до енергії також є важливим.

Отже, впровадження заходів «зеленої економіки» та сталого розвитку є новим двигуном економічного зростання. Політика сталого розвитку та зростання

повинна бути ретельно розроблена, щоб максимізувати вигоди для бідних і мінімізувати витрати для найбільш уразливих категорій.

Перехід до зеленої економіки потребуватиме радикальних перетворень нинішньої моделі економічного розвитку. Країни повинні робити стратегічні інвестиції та далекоглядні зміни політики, які визнають обмеження природних ресурсів і дають змогу найбіднішим і найуразливішим у світі отримати вигоду від ефективного, чистого та стійкого зростання. Як і інші форми капіталу, природні активи обмежені і вимагають обліку, інвестицій та обслуговування для належного використання та використання. Максимізуючи супутні вигоди, пропагуючи більш розумні рішення для промисловості і суспільства, а також розробляючи інноваційні інструменти фінансування для зелених інвестицій, ми забезпечуємо краще майбутнє планети.

Список літератури:

1. World Population Review [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://worldpopulationreview.com/>
2. 11 найбільших екологічних проблем 2021 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://earth.org/the-biggest-environmental-problems-of-our-lifetime/>
3. Рейтинг сталого року країн 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sdindex.org>
4. Стратегія сталого розвитку ООН 2030. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E

Кузнєцова А.В.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ МІГРАЦІЙНОЇ КРИЗИ В ЄВРОПІ

Процеси міжнародної трудової міграції багаторівневі й багатовекторні. Їх зовнішні економічні ефекти складні й багатогранні та чинять неоднозначний вплив на економіки країн-донорів і країн-реципієнтів.

За масовим прибуттям мігрантів з Близького Сходу та Африки до Європи міцно закріпилася назва «міграційна криза». Проте це комплексна криза.

По-перше, криза гуманітарна, що відзначається загибеллю та стражданнями тисяч людей.

По-друге, криза управління, і кордоном, і наданням притулку, зокрема процедур, відповідно до яких в ЄС визначається країна, відповідальна за визначення статусу шукача притулку.

По-третє, це криза солідарності, оскільки саме солідарність є основою єдності Євросоюзу, а віднайти спільне рішення щодо масового припливу біженців, яке б дало змогу більш рівномірно розподілити навантаження на окремі країни та їх міграційні служби, виявилось вкрай складно. [4]

Як наслідок, міграційна криза загрожує фундаментальним здобуткам ЄС, передовсім існуванню зони вільного пересування (до відновлення контролю на внутрішніх кордонах ЄС вдавалися Австрія, Бельгія, Данія, Німеччина, Норвегія, Словенія, Угорщина, Швеція). В умовах кризи активізуються крайні політичні сили, відбувається радикалізація настроїв частини населення, що загрожує ростом ксенофобії та расизму. [3]

Упродовж останніх п'ятнадцяти років міграційна політика Євросоюзу суттєво змінилася і набула нового змісту. Колишні неформалізовані міжурядові контакти еволюціонували у повноцінний законодавчий блок співтовариства, вагому частину *acquiscommunitaire*. Це відбулося внаслідок об'єктивної потреби у виробленні спільних підходів до регулювання міграційними процесами, як внаслідок їх інтенсифікації і всередині, і з-поза меж співтовариства, так і в контексті поглиблення європейської інтеграції як такої. [2]

Однією з особливостей міграційних процесів як форми соціальних комунікацій доби глобалізації є й те, що міграція істотно впливає на життєдіяльність постіндустріальних соціумів, їх соціальну, економічну, етнокультурну, міжконфесійну політику, принципово корегує особистісні риси тих, хто в пошуках кращої долі, вимушений залишати свою батьківщину та переселятися на нові землі. Причому, досліджуючи особливості міграційних процесів в умовах транзитивності глобалізованого світу, слід особливо підкреслити, що "взаємозв'язок міжсоціокультурними й етнонаціональними змінами та міграціями, – справедливо наголошує В. Скляр – став більш глибоким, ніж

напопередніх стадіях, а самі міграційні процеси стали важливою причиною глобальних змін". [5, с. 34]

Міграція обумовлює такий стан особистості, за якого людина має постійно контролювати та оцінювати всі свої кроки щодо переміщення не тільки у географічному просторі, скільки у соціальному середовищі. При цьому територіальні переміщення мігрантів відбуваються в межах певного соціально-просторового континууму, кожна точка якого пов'язана з такими життєвими благами, як можливість знайти роботу, отримати високоякісну освіту, придбати та облаштувати житло, змістовно використовувати вільний час, наявність гарантій реалізації фундаментальних прав людини та високого рівня політичної стабільності і безпеки особистості в умовах її перебування у сприятливому довіллі.

Перспективними є подальші дослідження впливу мігрантів на національну ідентичність країн ЄС, адже сьогодні спостерігаємо зростання масштабів міграції, змінився її характер, сформувалися нові види, міграція перетворилася в гостро конфліктне явище. Для вирішення проблеми нелегальної міграції в країнах ЄС слід вжити ряд заходів, спрямованих на: фінансування пошукових та рятувальних місій, виділення коштів та засобів для боротьби з перевізниками мігрантів, розширення мережі центрів прийому біженців для тимчасової їх дислокації й надання допомоги, спрощення легальних можливостей міграції в ЄС, перегляд і розподіл квот між країнами щодо розселення біженців під егідою ООН.[1]

Список літератури:

1. Луцишин Галина: «МІГРАЦІЙНА КРИЗА В ЄС: ПРОБЛЕМА БЕЗПЕКИ ЗОВНІШНІХ КОРДОНІВ ТА ЗАГОСТРЕННЯ МІЖЕТНІЧНИХ». Національний університет «Львівська політехніка», 2015. с 4.
2. Акімов Д. Соціальні основи трудової міграції: західна та східна моделі / Д. Акімов // Віче. – 2009. – № 14. – С. 2–3.
3. Снігир О. Кризові явища в Єврозоні та їх вплив на політичні трансформації в ЄС / О. Снігир; Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [41 http://www.niss.gov.ua/articles/772/](http://www.niss.gov.ua/articles/772/).
4. Солодько А. Міграційна криза в ЄС: статистика та аналіз політики / А. Солодько, А. Фітисова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cedos.org.ua/uk/migration/mihratsiina-kryza-v-yes-statystykataanaliz-polityky>.
5. Скляр В. Вплив міграційних процесів на зміни етнічного складу населення України (Середина ХХ – початок ХХІ ст. // Українознавчий Альманах. – 2012. – Вип. 7. – С. 34 – 36.

ГЛОБАЛЬНИЙ РИНОК ПРОФЕСІЙНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

В історичній ретроспективі слід зазначити, що 12 березня 2020 року Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) оголосила, що стрімке поширення нової коронавірусної інфекції досягло масштабів пандемії, оскільки його було ідентифіковано у більшості країн світу та на всіх континентах. Станом на сьогодні глобальний бізнес, як і споживачі змирилися з тим, що коронавірусна інфекція — це глибока криза та масштабна катастрофа, які викликають радикальні зміни у всіх сферах глобальної економіки, і ринок професійних послуг, що становить об'єкт нашого дослідження, не є винятком. За оцінками Світового банку, глобальний ВВП у 2020 році впав на 5,2%, що є найбільшим скороченням з часів Другої Світової війни. Авторитетні експертні та рейтингові агентства прогнозують, що через пандемію глобальна економічна система упродовж наступних років зазнає економічних втрат в обсязі 5 трильйонів доларів. Аналітики вважають, що зазначене падіння буде стрімким, а часу на відновлення знадобиться чимало. В той час як уряди країн світу й надалі докладають значних зусиль задля стримування поширення та боротьби із коронавірусом, компанії, суб'єкти ринку професійних послуг, докладають неабияких зусиль, задля їх оперативної адаптації до мінливих потреб своїх співробітників, клієнтів, паралельно вирішуючи при цьому, свої операційні та фінансові проблеми, спричинені пандемією.

Окрім іншого, пандемія змінила не лише глобальний бізнес, але й безпосередньо споживачів, а отже і їхні запити щодо якості товарів та формату отримання послуг, зокрема професійних. Той, хто ще півтора роки тому не мав мобільного додатку, тепер впевнений користувач. Хто побоювався пускати до власної оселі незнайомих людей, замовляє послуги з доставкою. Пандемія змінює бізнес, змушуючи адаптуватись всіх до сучасних реалій. На ринку професійних послуг, на думку експертів, залишаться ті компанії, менеджмент яких оперативно відреагував на всі кардинальні зміни й почав динамічно розвивати та пропонувати свої послуги ринку у дистанційному форматі.

Специфіка сфери професійних послуг полягає в тому, що суб'єкти даного ринку можуть переформатувати свою бізнес-модель надистанційну форму роботи без особливих проблем і зусиль з боку менеджменту. Така можливість є реальною завдяки тому, що переважна більшість компаній, які присутні на глобальному ринку професійних послуг, реалізують, так звану, «дуальну» бізнес-модель: аутсорсинг і консалтинг. Відповідно, якщо падатиме попит на консалтинг, ці бізнес-структури зможуть достатньо легко і з найменшими втратами сфокусуватися на аутсорсингу. [1]

На основі проведеного нами компаративного аналізу результатів діяльності провідних світових компаній, які надають професійні послуги, зокрема, консалтингові, можна зробити висновок, що сумарний дохід від провадження ними основної діяльності, за підсумками останнього кварталу 2019 та 2018 років був достатньовисоким, а минулий 2020-й рік мав би бути одним із найуспішніших для багатьох компаній зі сфери професійних послуг. Відповідно, достатньо значне число підприємств почуваються в безпеці і зараз, користуючись тим, що встигли згенерувати достатньо коштів протягом минулих періодів. В той же час варто зазначити, що професійні послуги, у тому числі консалтинг та сфера тренінгів, це, як правило, не предмет першої необхідності, зокрема для більшості компаній, що функціонують на ринку України, що можна пояснити недостатньо розвинутою бізнес-культурою і саме тому багато організацій не розуміють цінності такого роду послуг і не використовують їх у своїй звичайній діяльності. Варто також зауважити, що під час пандемії на ринку більш впевнено почуваються ті компанії, які надають "розширене" меню послуг у сфері корпоративної безпеки. Ключовими напрямками найбільш затребуваних послуг у сегменті корпоративної безпеки на період пандемії стали: ІТ та кібербезпека; спеціалізовані технічні та програмні рішення; правовий захист (рейдерство, недружні поглинання, агресивні активності з боку контролюючих органів та ін.); комплексний аудит системи безпеки; навчання та консалтинг щодо ризиків безпеки. Загальний ринок безпеки за підсумками 2020 – перша половина 2021рр., включаючи інхаузів та аутсорсинг сягнув 43 млрд. доларів США. [2]

Слід зазначити, що пандемія також змінила не лише стратегії діяльності самих компаній, які надають професійні послуги, а також їхню політику у сфері управління власним персоналом. Багато з тих людей, які працюють у сегменті client-facing, у період жорстких карантинних обмежень, таких як локдаун, були змушені піти у відпустку. Проте, варто наголосити на тому, що у розвинутих державах, зокрема у країнах Європи, ситуація є критичною, європейські компанії можуть відправити своїх штатних працівників у вимушені відпустки, не спричиняючи при цьому зростання соціальної напруги та невдоволення, оскільки уряди їхня держава надає таким робітникам широкий спектр соціальних гарантій.. Припустимо, у Бельгії держава виплачує допомогу, розмір якої становить орієнтовно 65% заробітної плати, а з 13 квітня 2021 року частку виплат було підвищено до 70% відповідно. Актуально, в різних країнах (зокрема в Україні) людей іноді відправляють у неоплачувані відпустки у примусовому порядку. Є практика зменшення зарплат, як показує аналіз, у середньому на 10-20% зменшують зарплату у вимушеному порядку. Тобто зараз менеджери компаній зі сфери професійних послуг використовують будь-яку стратегію, щоби вижити.

Також бізнес-організації, суб'єкти ринку професійних послуг, зосередили свою увагу на турботі про своїх співробітників та швидкому переході до нових форм роботи. Серед основних імперативів безпосереднього впливу COVID-19 на сферу управління персоналом компаній, що спеціалізуються на наданні професійних сервісів, варто виокремити наступні: необхідність керувати негайним переходом на модель дистанційної роботи і готовність до збільшення кількості відпусток через хворобу. Одним із потенційних варіантів вирішення цих завдань, на думку експертів, може стати створення гнучких цифрових робочих місць. Заходи, що повинні вживатись, будуть диференціюватися від організації до організації, але в їх основі повинні лежати наступні принципи: належний захист співробітників і широке коло доступних їм можливостей; задоволення основних потреб клієнтів та підтримка безперервності бізнес-процесів. Окрім іншого, трансформується характер запитів клієнтів щодо контенту сервісів, які

пропонують компанії. Змінився радше характер запиту та характер проектів. Клієнти починають думати, що робити далі, тому вже зараз широкого поширення набувають так звані «пост-COVID» проекти. Дуже багато запитів, зокрема, на консалтинг саме з погляду актуальних знань. На початку пандемії, як зазначають експерти ринку, компанії отримували навіть запити такого характеру: «заспокойте нас, будь ласка щодо COVID-19», або «все не так страшно, як кажуть?». Тому дійсно зараз спостерігається велика кількість питань з боку клієнтів компаній, щодо COVID-19 запитів на отримання статистичних даних, як вони будуть впливати на бізнес, яким чином варто переформувати власні операційні та управлінські стратегії та інше.[3]

Таким чином, пандемія COVID-19 підштовхує компанії до швидкої зміни підходів до роботи. Бізнесу вже довелося зіштовхуватися з низкою нових системних пріоритетів та викликів - ризиками порушення безперервності бізнесу, раптовими кількісними змінами ключових метрик діяльності, показниками продуктивності праці, загрозами безпеці – і керівники повинні діяти дуже оперативно, вирішуючи нагальні проблеми стійкості систем та закладаючи одночасно міцну основу майбутнього своїх організацій.

Список літератури:

1. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на міжнародну економіку та економіку України [Електронний ресурс]:Режим доступу: <https://www.kas.de/documents/>
2. Антонюк К.В Визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами/ Антонюк К.В: Миколаївський Нац.ун-т ім. «Сухомлинського»: Вид-во Нац. ун-ту «Сухомлинського» - Миколаїв –2019 -103с.
3. The Effectof COVID-19 PandemiconServiceSectorSustainabilityandGrowth, NSBI Resources – 2021- 20p.

Макаренко Ю. І.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Туризм - одна з найбільш розвинених галузей економіки. Завдяки інтенсивним темпам розвитку промисловість визнана економічним явищем століття. Розширення економічних, політичних та культурних відносин між

країною та народом сприяло цьому явищу. Розвиток туризму в таких масштабах розширив кругозір мільйонів людей та дізнався про історію та традиції різних країн, а також про культурну спадщину світу[1].

Значення туризму у світі продовжує зростати. Це пояснюється його важливою роллю в регіональному та національному економічному розвитку, розвитку міжнародних відносин та валютних надходжень. Завдяки правильній культурній та економічній політиці туризм є чинником, який стабілізує та зміцнює зв'язки між країнами, а також благотворно впливає на формування іміджу та престижу країни на світовій арені.

Індустрія туризму останнім часом зіткнулася з серйозними викликами, ударами та загрозами, які насправді змушують її адаптуватися до нової реальності. Відповідний персонал міжнародної туристичної індустрії, ресторани та готелі заохочується рухатися вперед відповідно до сучасних тенденцій та стратегій, вимог та вимоги. функція. Міжнародний ринок туристичних послуг України тісно співпрацює з іншими сферами та формами міжнародної діяльності та співпраці, швидко та динамічна реагує на підйоми та падіння економічної, соціальної, політичної, технологічної ситуації та зовнішніх факторів макроекологічного середовища. (Наприклад, пандемія COVID 19 і інші кризи у світі).

За оцінками експертів, сьогодні в індустрії туризму працює понад 100 мільйонів людей, кожна 16-та робота у світі припадає на туризм, кожна восьма працездатна людина у світі зайнята в цьому секторі [4, с. 309].

Ці показники показують, що ця сфера економічної діяльності здатна відігравати формуючу та інтегруючу роль у позитивній динаміці кількісних та якісних економічних показників розвитку галузей в інших сферах економіки.

Беручи до уваги прогнози ЮНВТО та аналізуючи міжнародний ринок туристичних послуг, можна виділити такі тенденції в туризмі:

– Європі потрібно буде жорстко конкурувати за доходи від туризму, що, у свою чергу, вимагатиме від європейської туристичної індустрії покращення якості наданих послуг;

– вартість усіх видів подорожей і, перш за все, вартість транспорту, зростатиме швидше, ніж інші статті сімейного бюджету. Подорожі ставатимуть частішими, але менш тривалими, оскільки вартість однієї поїздки зменшиться. Загалом, витрати на подорожі збільшаться через споживання кращого відпочинку;

– кількість поїздок зросте за рахунок міжконтинентальних подорожей з Європи до Америки, Азії та Океанії;

– повітряний транспорт буде використовуватися частіше через збільшення кількості зручних прямих рейсів;

– оскільки комп'ютерні системи активізуються у бронюванні, терміни скорочуватимуться тощо [3].

ЮНВТО прогнозувала збільшення туристичних потоків на 3–4% у 2020 році. Великі спортивні події, включаючи Олімпійські ігри в Токіо, та культурні події, такі як ЕКСПО-2020 у Дубаї, мали позитивно вплинути на туристичну галузь. Але згідно з прогнозами організації, кількість іноземних туристів скоротиться на 20-30% у порівнянні з індексами 2019 року через пандемію COVID-19, і це буде коштувати 5-7 років розвитку галузі (Міжнародний туризм та Covid- 19 2020) [3].

Міжнародний туризм з роками неухильно зростає, сьогодні виявився найбільш вразливою галуззю економіки. Епідемія коронавірусу, яка поширюється по всьому світу, безумовно, вплинула на ринок туризму в багатьох країнах і внесла значні зміни у подорожі. У 2020 році так звані мікрокатіоні претендують на роль головної туристичної тенденції. Туристи реалізують свій потенціал за допомогою коротких канікул ближче до дому, подалі від пробитих туристичних маршрутів; це заощадить час, гроші, зменшить вплив подорожей на навколишнє середовище та дасть поштовх для розвитку внутрішнього туризму. Нові тарифи можуть означати перехід на оренду будинків замість готелів, перехід на автомобілі замість авіарейсів та збільшення використання страхових та особистих туристичних консультантів.

Заходи, запроваджені сьогодні урядами країн, вплинуть на розвиток туризму в майбутньому. Надзвичайно важливо відновити індустрію туризму,

забезпечуючи при цьому безпеку, справедливість та відсутність негативних наслідків для клімату. Необхідно визначити пріоритетні напрямки дій, а це насамперед: державна політика у сфері туризму; готовність співпрацювати з приватним сектором; допомога у впровадженні нових протоколів та ефективних процедур пропорційно існуючим ризикам; інноваційні технології для мінімізації фізичного контакту; розвиток нових форм внутрішнього туризму (спеціалізовані подорожі, індивідуальний туризм) тощо [2]. Завдяки злагодженим, поетапним діям урядів штатів можна вийти з кризи та повернути галузь до активних темпів зростання.

Список літератури:

1. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др.; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В.
2. Звіт Всесвітньої туристичної організації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>
3. UNWTO AnnualReport 2020 / World Tourism Organization UNWTO. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2020>.
4. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2018. – 661 с.

Петрашко Л.П. (д.е.н., професор, науковий керівник)
Пономаренко А.О. (магістрант)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОПЕРАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ КОМПАНІЙ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

Компанії-виробники споживчих товарів чітко усвідомлюють, що їм потрібно змінитися для зовсім іншого - сталого майбутнього. Деякі з них вже розпочали такі зміни, поставивши амбітні цілі щодо трансформації своїх операційних моделей. Пандемія COVID-19 та спричинені нею наслідки економічного розвитку, конвергенція галузі, прискорення технологічних змін, все більша популярність стійкого розвитку, зміна очікувань споживачів – це фактори, які впливають на майбутні бізнес-операції і є причинами для трансформації операційних моделей компаній, що виробляють споживчі товари.

В такій ситуації актуальним є дослідження питань стратегії, цифрової трансформації та лідерства компаній-виробників споживчих товарів, яке було

виконане *MIT SMR Connections* [1] у співпраці зі спонсором – компанією EY. Компанії провели глобальне опитування серед 370 бізнес-лідерів із компаній, що випускають споживчі товари, на предмет майбутньої трансформації їх операційних моделей. 87 % компаній-респондентів визначеного опитування вважають, що вони повинні змінитися заради майбутнього, а 85% - вже розпочали цей шлях. COVID-19, можливо, був прискорюючим фактором: 31% респондентів почали змінюватися більше ніж за рік від початку пандемії. Але більше половини (54%) стверджують, що вони розпочали програми трансформації ще до COVID-19, і це свідчить про те, що такі плани були на порядку денному компаній до того, як пандемія змусила їх руки.

Слід, також зазначити, що 79% компаній-респондентів опитування очікують, що їхні ключові показники ефективності через п'ять років будуть суттєво відрізнятися від того, як вони вимірюють свій успіх сьогодні.

Рекомендацій експертів щодо окреслення пріоритетів для прискорення трансформації операційних моделей компаній-виробників споживчих товарів представлено в табл. 1.

Компанії-лідери ринку споживчих товарів визнають, що для успішного розвитку їм необхідні операційні моделі, які можуть підтримувати потреби бізнесу. Однак багатьом лідерам, схоже, бракує ясності щодо свого бачення та пріоритетів. Іншими словами: деякі організації, здається, не знають, чому вони займаються операційною трансформацією. Більше 70% компаній-респондентів опитування вважають, що для навігації необхідних змін у технології та даних потрібне чітке лідерство. У той же час 63% респондентів посилаються на відмінні внутрішні стратегічні пріоритети як на значну перешкоду для змін, а 55% вважають неспроможність розробити дорожню карту трансформації основною перешкодою. Компанії, які прагнуть трансформуватися без чітких цілей і дорожніх карт, ризикують дорогою невдачею, що відштовхне їх у спробах завоювати споживачів.

**Пріоритети для прискорення трансформації операційних моделей
компаній-виробників споживчих товарів**

№	Пріоритети	Зміст
1	Стратегія трансформації	Створення чіткої стратегії щодо забезпечення численних потреб бізнесу: розробка чітких цілей та дорожньої карти трансформації
2	Конкретизація змін	Визначення спектру можливостей трансформації: ланцюгу поставок, фінансів, талантів, маркетингу, виробництва товарів, продажів, стратегії, досліджень і розробок.
3	Партнерство задля змін	Побудова екосистеми надійних партнерів для швидкого набуття навичок та здібностей, без інвестицій чи зусиль, необхідних для трансформації самостійно.

Джерело: Адаптовано автором на основі [2]

Операційні моделі включають широкий спектр можливостей, від ланцюгів поставок до кадрового резерву. Відповідаючи на запитання, де їм потрібно трансформуватися «значною мірою», респонденти опитування вибрали майже все, включаючи ланцюг поставок (48%), фінанси (48%), таланти (48%), маркетинг (46%), виробництво (46%), продажів (45%), стратегії (45%) та досліджень і розробок (43%).

Відповіді на запитання щодо оцінки їхніх поточних можливостей показали набагато більші розбіжності. Деякі сфери, такі як цифрові операції, відображали відносно високий рівень розвитку. Інші, такі як талант, зазвичай вважалися менш зрілими. Реалізація планів змінити практично все, і зробити це негайно, була б, звичайно, величезною справою. Крім того, такий підхід може не охоплювати наявні сильні сторони — і ризикує перемістити фокус з того місця, де зміни найбільш необхідні.

Багатьом із опитаних компаній можливо буде важко досягти своїх цілей трансформації так швидко, як би вони хотіли за умови зосередження лише на розвитку або придбанні власних можливостей.

За результатами опитування компаній-респондентів щодо того, як швидко вони передбачають необхідність розглянути включення 6 практик операційної моделі: цифрових технологій; інтеграції даних та аналітики; створення інтегрованої бізнес-екосистеми; включення екологічних, соціальних та управлінських міркувань (ESG); підключення мотиваторів для забезпечення масштабованих інновацій; і використання моделі для прийняття рішень,

орієнтованих на людей - більшість респондентів кажуть, що вони зазвичай набувають або розвивають необхідні здібності для цих практик власноруч. Однак ці підходи можуть бути повільними та негнучкими в порівнянні з партнерством або аутсорсингом.

В ідеалі кожній компанії доведеться розставляти пріоритети, виходячи зі своїх індивідуальних потреб і можливостей.

Список літератури:

1. Офіційний сайт компанії MIT SMR Connections. URL:<https://sloanreview.mit.edu>.
2. Is Your Company's Operating Model Trailblazing — or Trail-Gazing? URL:<https://sloanreview.mit.edu/sponsors-content/>

Протасова М.В.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ У МІЖНАРОДНІЙ КОРПОРАЦІЇ

Останнім часом більшість вітчизняних компаній, які невпинно розвиваються та нарощують свої виробничі потужності, прагнуть розширити горизонти комерційної діяльності за межами країни. Ключовими аспектами інтернаціоналізації бізнесу є інтенсифікація зовнішньоекономічної діяльності, розгалуження мережі каналів збуту продукції/послуг, диверсифікація джерел постачання, широкий доступ до виробничих ресурсів. Таким чином, гостро постає питання в ефективності локальної маркетингової політики на просторах міжнародного ринку, де діють окремі стандартизовані правила ведення бізнесу, а формування балансу попиту та пропозиції вимагає нових підходів, значних інвестицій та додаткових ресурсів.

Варто зазначити, що для прогресивного виходу на іноземний ринок підприємству необхідно підкорегувати цілі, візію, а також загальний стратегічний сценарій свого подальшого розвитку у довгостроковій перспективі відповідно до діючих норм міжнародної діяльності. Головною метою будь-якої компанії є пошук унікальних рішень для задоволення запитів та потреб споживачів. Такий підхід в рамках діяльності підприємства відображає маркетинг, як провідну філософію бізнесу, інструмент досягнення цілей, пов'язаних з виходом на нові ринки, зростанням рентабельності та прибутковості. [1, с. 5].

Донедавна, системи управління маркетингом взагалі не існувало в арсеналі вітчизнних підприємств, основним лейтмотивом генерування продажів було органічне зростання попиту. Проте, з появою на сучасному ринку значної кількості аналогічних продуктів, які несуть ту саму цінність, і задовольняють ту саму потребу споживача, бренд та лояльність цільової аудиторії до нього стали ключовими параметрами диференціації від конкурентів. Як результат, підприємства активно розбудовують внутрішні департаменти маркетингу, наймають фахівців та експертів у галузі маркетингу, інвестують у маркетингові дослідження та розвиток продуктової стратегії просування на ринок. Тож, на сьогодні важливим завданням кожного підприємця та маркетолога-експерта є чітке усвідомлення, що маркетинг – це не лише механізм налагодження системи продажів та подальшого супроводження продукту на ринку, а, передусім, стратегічний аналіз потенційних можливостей з урахуванням наявних та ймовірних ризиків. Саме такий підхід забезпечить вихід маркетингу на принципово новий рівень, на рівень міжнародного визнання.

Для того, щоб адаптувати внутрішню структуру підприємства до зовнішньоекономічної діяльності, перш за все необхідно переналаштувати усі департаменти, підрозділи та функції фірми на єдину маркетингову концепцію. Головні засади управління маркетингом повинні поширюватись не лише на один окремий відділ, функціонал якого полягає у забезпеченні та супроводі підприємства з питань розробки конкурентної пропозиції та подальшої реалізації продукції/послуг на ринку, а й щільно співпрацювати з іншими операційними процесами. Однак, існує велика кількість досліджень проблематики імплементації маркетинг-менеджменту в основну діяльність підприємства. Відповідно до специфіки профілю компанії та її головних цілей, маркетинг-менеджмент потрібно вживлювати поступово та з урахуванням усіх складових маркетингової політики фірми. Формування механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності за допомогою маркетингової політики означає реферування до керівного впливу локальних органів влади до товаровиробників конкурентоспроможної експортної продукції у цілях максимізації їх товарної

пропозиції на світовому ринку[1, с. 1]. Для того, щоб діяти у відповідності з механізмом регулювання товаровиробники застосовують новітні інноваційні маркетингові технології в інтенсифікації зовнішньоекономічних зв'язків із використанням факторів попиту і пропозиції.

Маркетинг розглядають як функцію менеджменту, що забезпечує процесуправління комерційною діяльністю компанії та «конкретизує дії господарства щодо організації товарообігу, ціноутворення, збуту та реалізації товарів» [1, с. 2]. У відповідності зі зростаючою інтернаціоналізацією світового ринку та глобальним посиленням міжнародних відносин вагомим значення набуває поняття «міжнародний маркетинг». Тож, міжнародний маркетинг – це така форма маркетингу, що передбачає організацію комплексу заходів для управління виробничо-збутовою діяльністю за межами національного ринку з урахуванням умов зовнішньоекономічного клімату, діючих тенденцій інтернаціоналізації світової трогівлі, зміцнення політико-економічних зв'язків між державами[2, с.31]..

На практиці міжнародний маркетинг являє собою базис для прийняття низки управлінських рішень, що базуються на основі глибокого аналізу ключових аспектів зовнішнього ринкового середовища. Якщо компанія приймає рішення про вихід на міжнародний ринок в цілях диверсифікації каналів збуту, то керівництву необхідно розробити окрему політику ведення комерційної діяльності на зовнішньому ринку, посиляючись на регулярний та безперервний моніторинг внутрішньокорпоративних фокусів компанії та кон'юнктури таргетного ринку. Проте, головним компонентом успішного розширення виробничо-збутової мережі завжди лишається процес управління маркетингом.

Отже, застосування системи управління міжнародним маркетингом дозволяє не лише оцінити доцільність виходу підприємства на світовий ринок за наявності вільних ніш, зростаючого потенціалу ринку в цілому, налагодженої структури структури попиту на товари/послуги, а також є невід'ємним інструментом для адаптації існуючої маркетингової діяльності підприємства на зовнішньому ринку світового господарства.

Список літератури:

1. І.В.Тюха, М.С.Мозоленко (2015), стаття «Особливості управління маркетингом на підприємстві при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності», м.Київ, Україна, ст.6.
2. Iliashenko, S.M. (2012), Marketynh dlia mahistriv [Marketing for the Masters], VTD „Universytetska knyha”, Sumy, Ukraine, p.928.

Прудивус П.О.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ РЕСУРСИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Сучасне бізнес-середовище не обходиться без інтелектуальних ресурсів, які відповідають за зростання інформаційних технологій, прискорення темпів розвитку країни, впровадження інновацій конкурентоспроможність країни та інше. Інтелектуальний ресурс є основою суспільного відтворення, що матеріалізується у патентах, ноу-хау, інноваціях через виробництво, обмін, споживання та розподіл. Це складова інтелектуального потенціалу, мобілізованого до виконання конкретних робіт з виробництва наукомісткої продукції, що разом із новітніми знаннями утворює інтелектуальний капітал. Завдяки інтелектуальним ресурсам здійснюються дослідження та розробки, що дає можливість створювати абсолютно нові продукти.

Інтелектуальні ресурси за останні роки дали змогу підвищити ефективність бізнесу в таких напрямках як прибутковість, виробництво та ринкова вартість, адже чим вища якість, кількість та вартість інтелектуальних ресурсів, тим вища продуктивність фірми та країни в цілому. Починаючи з 2000 років світ зрозумів всю важливість інтелектуальних ресурсів і, як наслідок, прослідковується збільшення кількості патентів, які видаються по всьому світу. Наприклад, кількість патентів, поданих Google, зросла на 170%, а кількість патентів Apple зросла на 60% за 2000-2020 роки. Отже, інтелектуальні ресурси на сучасному глобальному рівні розглядаються як основний рушійний бізнес-фактор і фактор зростання для організацій та країни в цілому [1].

У топ-10 країн за останні півтора десятиліття з погляду інтелектуального ресурсу за цим показником входять: Сінгапур, США, Фінляндія, Швеція,

Швейцарія, Люксембург, Данія, Нідерланди, Норвегія і Канада. Як бачимо, країни Північної Європи мають найвищий рівень національного інтелектуального ресурсу. Це означає, що вони продовжуватимуть бути успішними у майбутньому. У кожній з цих країн еволюціонувала система патентів, охоплюючи нові технології, від парових двигунів до електричних додатків та радіопристроїв, від комп'ютерів до ядерної енергії та біотехнологій. Авторські права розширилися від романів та промов до карт та діаграм, від звукозаписів до комп'ютерних програм, і в майбутньому, безумовно, з'являться нові технології [2]. З огляду на вищесказане, зрозуміло, що генерування нових наукових та технологічних ідей, їх поширення та застосування не обмежуються однією чи декількома країнами. Якщо ми хочемо залучити всі країни, які бажають брати участь у цій діяльності зі створення багатства, та активізувати глобальні дослідження та розробки, очевидно, бажано забезпечити більший ступінь узгодженості між національними системами інтелектуальних ресурсів та інтелектуальної власності, які завжди поєднані між собою.

Країни із слабкими системами інтелектуальної власності отримують менше технічних знань. По-перше, навіть якщо знання можуть бути «вкрадені», тим, хто їх отримує, відмовляють у відповідних знаннях із добровільного джерела. Тож менше дізнаєшся, і дізнаєшся пізно. Ті, хто здійснює піратство в технологіях, прирікають себе на постійне надолуження втраченого. Більш того, навички, отримані в результаті піратства, не є навичками, необхідними для проведення досліджень та розробок [3, с. 174].

Система інтелектуальних ресурсів є найважливішою частиною економічної інфраструктури країни. Це підвищує здатність будь-якої країни стійко зміцнювати та розвивати свою технологічну базу, допомагає збільшувати людські ресурси, визначає пріоритети у розподілі фінансових ресурсів, сприяє переміщенню технічних знань через кордони. Сьогодні ми можемо спостерігати за тим, як за допомогою інтелектуальних ресурсів наука приносить свої плоди. Нещодавні відкриття у галузі високотемпературної надпровідності, нанотехнологій, молекулярної та генної інженерії є наочним свідченням цього.

Для компаній та країн здатність підтримувати наукові дослідження високого рівня матиме центральне значення для економічного зростання та успіху. Здатність швидко перетворювати наукові досягнення на продукти та послуги для використання людьми буде мати ще більш важливе значення для успіху компанії та країни.

Таким чином, тенденції у світовій науці та техніці вказують на те, що основні концепції інтелектуальних ресурсів, які застосовуються глобально та гнучко, все частіше використовуватимуться для проведення досліджень та розробок по всьому світу. Вони стали головними чинниками економічного зростання сьогодні та є результатами створення національного багатства.

Список літератури:

1. Four type of business resources. Intellectual resources/patents article. 2019. URL: <https://www.marketing91.com/four-types-of-business-resources> (Дата звернення 13.11.2021).
2. Statistics of intellectual resources of countries report – 2020. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Intellectual_Governance_2020.pdf. (Дата звернення 13.11.2021).
3. Рубан О. В. Особливості розвитку інтелектуального капіталу в умовах перехідної економіки. *Вісник СумДУ*. 2019 № 2. С. 172–179.

Родіонов М.

РОЛЬ МЕДІА ІНДУСТРІЇ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Сучасний медіа ринок формує попит на товари та послуги, впливає на економічну кон'юнктуру ринку та визначає глобальні тренди. У сьогоднішньому інформаційному суспільстві, медіа індустрія забезпечує найважливішим ресурсом – актуальною інформацією. Таким чином, можна зробити висновок, що подальше дослідження розвитку глобального медіа ринку є доцільним і надалі визначатиме суспільні та економічні процеси у майбутньому та впливатиме на подальший сталий і гармонійний розвиток українського та глобального суспільства, долаючи неузгодженості між медіа та аудиторією, між наукою та промисловістю, а також між академічною та професійною спільнотами.

Дослідженням роді медіа індустрії у глобальній економіці присвячені роботи багатьох вчених. Серед українських вчених варто відмітити роботи

Зернецької О. [1], Галушко О., Петкевича А. [2], Ковалевського, В. [3], Сало Н.М. [4], Барзилович О.М., Григорової З.В., Пунчак Л.А., Сухорукова А.І., Сухорукової О.А., Шевченко І.Б.[5].Проте, окрім українських вчених варто також згадати доробок іноземних дослідників, а саме: Вартанової Е. [6], Попова Е., Симонова В., Комарова О. [7], Кислого С. [8], Албаранна А. [9], Лобато Р., Томаса Дж. [10], Дамстри А., Букеса М., Влігенхарта Р. [11], Нуреєва Р., Сухарева І., [12] та багатьох інших.

Методологічну основу цієї магістерської роботи становить системний підхід до аналізу медіа індустрії у глобальній економіці. В рамках системи міжнародних відносин аналіз проводиться на різних рівнях: національний, регіональний та глобальний. У даному дослідженні використовуються як загальнонаукові методи пізнання (діалектичний, логічного аналізу, синтезу та ін.), так і приватно-наукові методи досліджень (конкретно-історичний, компаративний, метод економічного прогнозування).

Для того щоб математично довести вплив медіа на глобальну економіку загалом та міжнародні відносини зокрема, автор даного дослідження проаналізував два важливих показники: Індекс Свободи Преси (показник, що показує наскільки держава здійснює тиск на пресу та застосовує прямі напади на медіа та журналістів) [13] та Світовий Показник Спокою (показує в основному військові витрати на війну та фактори вияву агресії у зовнішніх відносинах країни) [14]. Автор даного дослідження висунув гіпотезу, що Індекс Свободи Преси та Світовий Показник Спокою є взаємозалежними. Таке твердження з'явилося, тому що приклади з минулого та сьогодення показують, що «агресивні» та «конфліктні» країни – це часто саме ті, що мають низький рівень свободи преси. Отож, щоб перевірити цю гіпотезу математично, автор скористався коефіцієнтом кореляції.Отриманий результат показав, що гіпотеза автора підтвердилась – існує суттєва взаємозалежність між Світовим Індексом Свободи Преси та Світовим Показником Спокою.Швейцарія, Голандія, Норвегія, Великобританія та Франція є країнами де рівень свободи преси є високим, де громадянське суспільство

довіряє медіа, і де рівень втручання держави у медіа сферу є низьким. Такий підхід сприяє «здоровому» функціонуванню та розвитку суспільства. У цій категорії держав, медіа відіграє роль четвертої влади, яка відображає настрої суспільства та як наслідок впливає на політичну еліту та зовнішню політику держав на міжнародній арені. Можна сказати, що ці країни є також менш мілітарно та військово агресивними у міжнародних відносинах. З іншого ж боку графіка можна побачити Китай, Саудівську Аравію, Ірак, Росію, та Північну Корею. У всіх цих державах медіа жорстко регулюється державою, та в більшості використовується як державна пропаганда. Такий підхід не передбачає «здорову» інтеракцію між медіа та суспільством. У цих країнах медіа також не відіграє роль «сторожового пса» для захисту суспільних інтересів чи виявлення проблем пов'язаних з владною верхівкою. Навпаки, в таких державах, медіа беззаперечно служить політичним елітам при владі і виступає їхнім рупором для керування масами. Наприклад, разючу різницю між описом реальності життя у країні можна побачити при порівнянні медіа цих країн та будь-якого глобального медіа. Медіа країн з низьким рівнем свободи преси ніколи не описуватиме негативу зовнішньополітичної діяльності лідерів, оскільки медіа індустрія там належить державі (або контролюється державою) і будь-яка критика держави журналістом може коштувати йому життя/ув'язнення, а для будь-якої медіа агенції – це означатиме закриття. В той же час, міжнародні медіа можуть собі дозволити писати критику, викривальну інформацію, та констатувати дійсність якою б вона не була у в цих країнах. Китай, Саудівська Аравія, Ірак, Росія, Північна Корея та інші країни з схожими показниками займають дуже агресивну позицію на міжнародній арені, проте «дисфункційне суспільне медіа» ніяк на це не може вплинути. Протягом останніх десятиліть кожна з вищевказаних країн тим чи іншим способом виявила свою агресію.

Інформаційні та інформаційно-комунікаційні технології стали центральним і критичним аспектом міжнародних відносин. Інформація є основою політичного, економічного та військового розвитку, тому країни по всьому світу намагаються боротися за неї [15]. Аналіз літератури показав, що інформація значною мірою

формує міжнародні відносини, а Інтернет в свою чергу дав простір для того, щоб зробити цю інформацію доступною та затребуваною на світовій арені [16]. Підводячи підсумок, можна побачити, що розвиток медіа загалом та інформаційних продуктів зокрема став рушійним фактором економічного розвитку світової економіки ХХІ ст.

Список літератури:

- [1] Зернецька, О.В. Глобальна комунікація: Монографія. Київ: Наукова думка, 2017. – 350 с.
- [2] Галушко О. І. Сучасний стан та перспективи розвитку глобального медіа-ринку. *International Scientific E-journal. ЛОГОС. ONLINE.* 2019. № 9. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.31.html>.
- [3] Ковалевський В. *Сучасний стан і тенденції розвитку медіа-сфери України* / В. Ковалевський // Політичний менеджмент. - 2009. - № 5. - С. 109-119. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ПоМе_2009_5_14.
- [4] Сало Н. М. Інформаційно-комунікаційні технології в контексті сучасних міжнародних відносин: Магістерська робота. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/17835/1/МАГ.%20САЛО.pdf>.
- [5] Основи медіаменеджменту [Електронний ресурс] : навчальний посібник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничо-поліграфічній галузі» / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак, А. І. Сухоруков, О. А. Сухорукова, І. Б. Шевченко. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 296 с.
- [6] Вартанова, Е.Л. Теория медиа: Отечественный дискурс, Факультет журналистики МГУ, 2019.
- [7] Попов Е. В., Симонова В. Л., Комарова О. В. Эффекты социальных медиа в цифровой экономике. *Вестник УрФУ.* 2019. №18(2). С. 168–185. URL: <https://doi.org/10.15826/vestnik.2019.18.2.009>.
- [8] Кислый С. А. Цифровая экономика и ее роль в экономике России. XVI *Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы и перспективы развития экономики»*, г. Симферополь-Гурзуф. С. 249–250.
- [9] Albarran A. В. *Media economy*. Taylor & Francis Group, 2016. 222 p.
- [10] Lobato R. & Thomas, J. *The informal media economy*. Cambridge, UK : Polity, 2015. 208 p.
- [11] Damstra A., Boukes M., Vliegthart R. The economy. How do the media cover it and what are the effects? A literature review. *Sociology Compass.* 2018. №12(5) P. e12579. URL: <https://doi.org/10.1111/soc4.12579>.
- [12] Нуреев Р. М., Сурхаев И. Д. Цифровизация экономики: новая роль социальных сетей. *Journal of Institutional Studies.* 2021. №13(2). С. 6–26. URL: <https://doi.org/10.17835/2076-6297.2021.13.2.006-026>.
- [13] Reporterswithoutborders. World Press Freedom Index. 2021. URL: <https://rsf.org/en/ranking>
- [14] Vision of Humanity. Global Peace Index. 2021. URL: <https://www.visionofhumanity.org/maps/#/>
- [15] Везирова Л. А. Роль СМИ в международных политических процессах. *Вісник Дніпропетровського університету.* 2013. Т. 20, № 23. С. 57–63.
- [16] Терешкин С. В. Влияние СМИ на международные отношения. *Огарёв-Online.* 2014. Т. 7, № 21.

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ, ЙОГО ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ

Перед тим як детермінувати визначення поняття «світовий фінансовий ринок» необхідно спочатку з'ясувати причини його виникнення і умови, в яких він отримав найбільший розвиток. Процес формування світового фінансового ринку відбувався в чотири етапи і історично пов'язаний з формуванням і розвитком світового валютного ринку, що розпочався в 60-х роках ХІХ століття.

Перший етап характеризується введенням системи так званого «золотого стандарту», що має на увазі під собою золото, що виконує функцію грошей. У період Першої світової війни такі країни як США, Франція, Німеччина, Великобританія почали розпродавати іноземні активи для фінансування війни, що призвело до міжнародної фінансової кризи 1914 року. У зв'язку із збільшеною інфляцією підтримувати обмін валюти на золото стало неможливим, система «золотого стандарту» перестала працювати. На початку 20-х років ХХ століття світовий фінансовий ринок почав відроджуватися, однак його розвиток перервала відома Велика депресія 1929-1933 рр.

Другий етап характеризується тим, що гроші перестали бути пов'язані з фізичними активами. Під час Другої світової війни, коли умов до подальшого розвитку світового фінансового ринку практично не було, поштовх до розвитку дала нова валютна система, що отримала назву Бреттон-Вудської. Вона дала можливість долару США конвертуватися в золото за фіксованою ціною. Однак в 1971 році ця система перестала функціонувати, так як США більше не могли обмінювати долари за ціною золота.

Передумовами розвитку світового фінансового ринку на цьому етапі є такі фактори, як централізація і концентрація фінансового капіталу в світових фінансових центрах і кредитно-фінансових організаціях, розвиток міжнародного поділу праці. Активізація світового кредитного ринку дала поштовх до розвитку

світового інвестиційного та фондового ринків, а також страхового, в зв'язку із здійсненням міжнародних страхових операцій.

На третій етап формування світового фінансового ринку вплинули лібералізація валютного режиму, встановлення системи вільного плавання валютних курсів, введення конвертованості провідних валют.

Четвертий етап, що почався в 90-і роки ХХ століття, характерний сильними змінами фінансових технологій, викликаними міжнародною фінансовою інтеграцією, появою нових фінансових інструментів та новітніх технологій в області телекомунікацій. Тепер, знаючи історію виникнення світового фінансового ринку, і фактори, що вплинули на його розвиток, можна дати визначення цьому терміну. Світовий фінансовий ринок - це форма руху світових фінансів в певних параметрах світових фінансових відносин і світової фінансової системи [1,21].

З інституційної точки зору світовий фінансовий ринок можна характеризувати, як сукупність банків, спеціалізованих кредитно-фінансових установ, фондових бірж, що здійснюють рух світових фінансових потоків і є посередниками в перерозподілі фінансових активів між продавцями, покупцями, а також кредиторами і позичальниками фінансових ресурсів. Найбільш важливою функцією світового фінансового ринку є забезпечення безперебійного та швидкого залучення достатньої кількості фінансових коштів в різних формах, на зручних умовах і на наднаціональному рівні. Також важливо відзначити сутність світового фінансового ринку.

Сутністю світового фінансового ринку є забезпечення ефективного перерозподілу вільних акумульованих фінансових ресурсів між країнами, з метою підтримки сталого економічного розвитку світового господарства і отримання доходу від здійснення таких операцій.

Список літератури:

1. Ескіндаров М.О. Світові фінанси: підручник/ під ред. Ескіндарова М.О., Звоновій О.А. – Москва: КНОРУС, 2017. – 424 с.
2. Блохіна Т.К. Світові фінансові ринки: підручник/ Блохіна Т.К. – Москва.: Проспект, 2016. – 158 с.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТЕЛЕПРОСТОРУ УКРАЇНИ

Медіа впливають на аудиторію, створюючи уявлення про «красиве» життя; формують ідеологічну позицію та споживацькі смаки. Будь-який медійний продукт - це певною мірою реклама способу життя, певних цінностей[1].

Економічний контент медіа парадигми полягає у формуванні системи послідовних дій, які включають створення, рекламування, поширення, комерціалізацію та продаж медійного продукту, наслідками чого стає всеосяжний у мережевому суспільстві вплив на селективні групи населення, можливість управляти їх свідомістю, гіперконцентрація інвестицій у креативній сфері, а також транснаціональний характер телерадіомовлення при одночасному випереджальному поширенні когнітивного впливу телеканалів на глядачів[2].

Сучасна неолібералізація телеринків світу сприяє ширшому охопленню споживачів, підвищенню конкурентоспроможності створюваних форматів, отриманню не лише прямого, а й опосередкованого комерційного ефекту на кожному з етапів просування телепродукту. Сучасна телеіндустрія є високорозвиненою креативною сферою з найновітнішими технологіями; вона має чітку орієнтацію на споживача та об'єднує талановитих людей з усього світу, спрямовуючи їх на швидке створення конкурентоспроможних телеформатів, а відтак, і на отримання прибутків[3, с. 96-98].

Основними факторами інтернаціоналізації вітчизняного телепростору визначені: долання державної монополії на телерадіомовлення; значне посилення конкуренції за телеефір між каналами та холдингами; суттєве зростання обсягів імпорту телепродуктів з наступною їхньою адаптацією до умов України; значна політизація вітчизняного телеринку та зумовлена цим інформаційна асиметрія; подальше подрібнення сегментів телеринку; закріплення в інформаційному просторі держави іноземних компаній; формування впливових вітчизняних медіа груп та лобіювання їх інтересів у державних структурах; відсутність системної та цілеспрямованої державної політики у сфері телемовлення[4, с. 120-123].

Основними показниками економічної ефективності будь-якого телеканалу стали рейтинги окремих його телепередач, оцінка популярності самого каналу, динаміка розширення аудиторії, оцінювання змін у структурі прайм-тайму, характер ефірної політики. Лідерами сучасного українського телебачення є чотири медіа холдинги: «1+1 медіа група», «Інтер медіа груп лімітед», «Старлайтинг медіа», «Медіа група «Україна», а також Національна телекомпанія України, сумарна частка яких у структурі телемовлення перевищує 55% [5, с. 120-123].

Вітчизняні медіа холдинги поки що не готові до повноцінної конкуренції на європейському ринку телепродуктів через невисокий рівень технологічності створюваних форматів, критичні обсяги імпорту телепродуктів та різнорівневий характер наданих окремим форматам з боку глядацької аудиторії переваг. Розвиткові співробітництва між вітчизняними медіа холдингами та європейськими телекорпораціями можуть сприяти такі моделі кооперації: аутсорсингова, яка передбачає створення за міжнародної участі нових форматів на вітчизняній матеріальній базі; копірайтерська, що включає розроблення ідей, сценаріїв та їх комерціалізацію; PR-компанії, яка забезпечує просування телевізійних продуктів, що перебувають на різних стадіях завершення та адаптації; конгломераційно-спеціалізована, яка передбачає формування вертикальних та технологічних «ланцюжків» між європейськими й українськими холдингами; кластерна, основою якої є поглиблена конгломерація підприємництва у цій сфері, розширена спеціалізація українських каналів, розвиток колабораціоністських відносин між медіа групами [4, с. 19-25].

Кластеризація вітчизняного медіа простору передбачає прискорений розвиток технологічного співробітництва між вітчизняними медіа холдингами та Національною телевізійною компанією, встановлення між ними партнерських стосунків та розвиток секторального міжнародного співробітництва у сфері друкованих ЗМІ, радіомовлення, книговидавництва, а також у спільній креативній діяльності.

Список літератури:

1. MacBride Report. 1980/2004. Many Voices, One World – Towards a New, More Just, and More Efficient World Information and Communication Order. International Commission for the Study of Communication Problems (ICSCP).
2. Whitney, Charles D.; Sumpter, Randall S & McQuail, Denis (2004) “News Media Production: Individuals, Organizations and Institutions”, in McQuail, Denis;
3. Чужиков А. Еволюція розвитку медіа ринку в ЄС / А.В. Чужиков // Вісник Донецького національного університету: наук. журн. Сер. В. Економіка і право. – Донецьк: ДНУ, 2019. – № 2. – С. 269-274 (0,6 др. арк.).
4. Чужиков А. Економізація глобальної медіа парадигми / А.В. Чужиков // Вісник соціально-економічних досліджень. Зб. наук. пр. Одеського національного економічного університету. – Одеса: ОНЕУ, 2019. – № 3 (46). – С. 116-121 (0,7 др. арк.).
5. Артамонова І. М. Інтернет-журналістика в Україні: еволюція, соціоінформаційний контекст, системні характеристики : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. ком., спец. : 27.00.01 — теорія та історія соціальних комунікацій / Артамонова Інеса Михайлівна ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 31 с.

Федоренко Р.І.

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ, ДИНАМІКА ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ

Одним із способів фінансування державних операцій є залучення коштів, взятих у борг. Країни використовують зовнішні запозичення як механізм усунення розриву між внутрішніми заощадженнями і бажаними інвестиціями та експортно-імпортний розрив. Такі запозичення збільшують загальні ресурси, доступні економіці протягом певного періоду. При правильному застосуванні ці ресурси можуть принести користь країні з низькими доходами та сприяють її економічному зростанню і скороченню бідності.

Відповідно до Бюджетного кодексу України, державний борг – це загальна сума боргових зобов'язань держави з повернення отриманих та непогашених кредитів (позик) станом на звітну дату, що виникають внаслідок державного запозичення [1]. У таблиці 1. наведено динаміку державного та гарантованого державою боргу України за 2016-2021 рр.

Таблиця 1. Динаміка державного та гарантованого боргу за 2016-2021рр.

Рік	Державний борг				Гарантований державою борг				Загальна сума державного та гарантованого державою боргу
	Внутрішній борг	Приріст (%)	Зовнішній борг	Приріст (%)	Внутрішній борг	Приріст (%)	Зовнішній борг	Приріст (%)	
2016	670.65	-	980.19	-	19.08	-	259.89	-	1,929.81
2017	753.4	12.34	1,080.31	10.21	13.28	-30.42	294.7	13.39	2,141.69
2018	761.09	1.02	1,099.20	1.75	10.32	-22.28	297.81	1.05	2,168.42
2019	829.5	8.99	931.87	-15.22	9.35	-9.38	227.57	-23.58	1,998.30
2020	1,000.71	20.64	1,258.52	35.05	32.24	244.68	260.41	14.43	2,551.88
30.09.2021	986.96	-1.37	1,181.86	-6.09	45.13	39.99	231.57	-11.07	2,445.52

Джерело: складено автором на основі [2].

З таблиці видно, що у 2016 році найбільшу частку в структурі боргу складав зовнішній не гарантований державою борг (50,8% від загальної суми всіх показників). 2018 рік відзначився низьким рівнем приросту суми боргових зобов'язань: найбільший показник мав зовнішній не гарантований борг, а сума приросту склала всього лише 1,75%. У 2019 році єдиним показником, який зростає, був внутрішній не гарантований державою борг - його приріст склав майже 9%. Всі інші показники в цьому році знижувалися, а зовнішній державний борг за підсумками року зменшився аж до 46,6% в структурі всіх боргових зобов'язань. 2020 рік став кризовим в зв'язку з пандемією коронавірусної інфекції. Це негативно сказалося і на показниках боргових зобов'язань: найменший темп приросту був у зовнішнього гарантованого боргу - 14,4%, що повернуло рівень цього показника у абсолютному значенні до рівня 2016 року (трохи більший - на 0,2%), а найбільший приріст мав внутрішній гарантований борг, який протягом всього періоду спостереження мав спадні показники - +244,68%. Зовнішній державний борг зріс більш ніж на третину, через що його частка в загальній структурі боргу зросла до майже 50%. За підсумками трьох кварталів 2021 року, можемо бачити, що всі показники зменшувалися, за винятком внутрішнього гарантованого боргу, який зріс ще на 40%. Зовнішній гарантований борг, а також

негарантовані державні борги почали зменшуватися, що може свідчити про поступове відновлення економіки.

Основними факторами державного боргу є такі макроекономічні детермінанти: реальне ВВП, витрати на кінцеве споживання, інфляція, відкритість торгівлі, валове накопичення основного капіталу, реальна відсоткова ставка, залежність від вікового розподілу населення, зростання населення і безробіття до боргу.

Бюджетним кодексом України, у відповідності до рекомендацій, визначених Маастрихськими критеріями, визначено, що державний борг не повинен перевищувати 60% від ВВП, а дефіцит бюджету – 3% [1]. У таблиці 2. представлено динаміку державного боргу та ВВП України.

Таблиця 2. Динаміка державного боргу та ВВП України

	2016	2017	2018	2019	2020	1 пол. 2021
Державний борг, млрд. грн	1929.81	2141.69	2168.42	1998.30	2551.88	2514.36
ВВП, млрд. грн	2385.367	2983.882	3560.596	3978.4	4193.735	2178
%, Державного боргу/ВВП	81%	72%	61%	50%	61%	115%

Джерело: складено автором на основі [2,3].

З таблиці 2. видно, що співвідношення державного боргу до ВВП мало спадну динаміку у період 2016 – 2019 рр., що є позитивним показником для української економіки. Однак у 2020 році, з початком пандемії коронавірусної інфекції, співвідношення державного боргу до валового внутрішнього продукту почало зростати, а уже у третьому кварталі 2021 році – взагалі перевищило ВВП.

Отже, державний борг є важливим макроекономічним важелем регулювання економіки держави. Залежно від джерел формування запозичень державний борг поділяють на внутрішній і зовнішній, а за формою залучення коштів державний борг можна розділити на державні запозичення та гарантії [4]. У структурі державного боргу за 2016-2021 роки зовнішній борг переважає над внутрішнім. За перше півріччя 2021р. обсяг державних запозичень складає 2514.36 млрд. грн., що перевищує ВВП на 15%, що свідчить про необхідність

перегляду стратегії для стабілізації економічної ситуації в країні, а саме зменшення співвідношення державного боргу до ВВП.

Список літератури:

1. Бюджетний кодекс України. Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (Дата звернення: 10.10.2021).
2. Державний та гарантований державою борг України за станом на 30.09.2021. Міністерство Фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovaniy-derzhavju-borg>. (Дата звернення: 18.10.2021).
3. Національні рахунки (ВВП). Державна служба статистики України URL: http://ukrstat.gov.ua/imf/arhiv/nr/nr_scb16_2017_2020_u.htm. (Дата звернення: 25.10.2021).
4. Говорушко Т.А. Бюджетна система: Навч. посіб. Львів, 2006. 296 с. URL: https://pidru4niki.com/1514050964531/finansii/klasifikatsiya_derzhavnogo_borgu. (Дата звернення: 18.10.2021).

Чернобай М.О.

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасному постіндустріальному світі, який характеризується поглибленими глобалізаційними процесами, а також нерівномірним розподілом ресурсів і благ, невід’ємною частиною ефективної політики кожної держави стає пошук нових шляхів економічного зростання. Беззаперечною у теоретичному і практичному ракурсах стає визначна та вагома роль креативного сектору у трансформаційних процесах світової економіки. У 2019 році на 74-й сесії Генеральної Асамблеї ООН 2021 рік був оголошений Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку.

Конференція ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) визначає креативний сектор як: цикл створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують творчість та інтелектуальний капітал як первинні ресурси; діяльність, яка заснована на знаннях та зосереджена на мистецтві, але не обмежується ним, що потенційно може приносити дохід від торгівлі та прав інтелектуальної власності; матеріальні продукти та нематеріальні інтелектуальні чи художні послуги з творчим змістом, що мають економічну цінність та сприяють досягненню ринкових цілей; сектор, що стоїть на перехресті сфери

послуг, промисловості та ремісничого сектору і становить новий динамічний сектор світової торгівлі. [1]

Згідно класифікації UNCTAD до креативного сектору відносяться: традиційні прояви культури (художні ремесла, фестивалі, тощо); культурні об'єкти (археологічні пам'ятки, музеї, бібліотеки, тощо); образотворче мистецтво (живопис, скульптура, фотографія тощо); виконавче мистецтво (вокальні, театральні, оперні постановки, тощо); видавничі та друковані ЗМІ (книги, преса та інші видання); аудіовізуальні ЗМІ (кіно, телебачення, радіо); нові медіа (цифровий контент, відеоігри тощо); дизайн (інтер'єр, графіка, мода); креативні послуги (архітектурні, рекламні, культурно-рекреаційні, цифрові та інші креативні послуги) [1].

Базовою умовою формування креативної економіки стала інформаційна революція та перехід до інноваційного «суспільства знань», в якому головним необмеженим ресурсом є творчий потенціал та інноваційне мислення.

Ключовими чинниками становлення та розвитку креативної економіки є інтелектуальний людський капітал, споживчий попит, високий рівень доходів споживачів, високий рівень освіти і компетентності громадян, технологічні інновації, інвестиції в сферу креативних індустрій, інституційна модернізація, інфраструктурна забезпеченість та активна взаємодія уряду з представниками креативного бізнесу з метою розроблення та втілення ефективних заходів із забезпечення життєдіяльності сектору креативної економіки.

Креативна економіка найменше залежить від матеріальних ресурсів, тому вона є найдинамічнішою щодо створення нових робочих місць, генерування доходів та розвитку експорту.

За даними UNESCO та ЕУ, культурні і креативні індустрії (ККІ) приносять 2250 мільярдів доларів США доходів, що становить майже 3% світового ВВП і забезпечують 29,5 мільйонів робочих місць, 1% активного населення світу, у всьому світі. Найбільш прибутковими є сфери: телебачення (477 мільярдів доларів США), образотворче мистецтво (391 мільярд доларів США) та газети і журнали (354 мільярди доларів США). Найбільша частка доходу, а саме: 743

млрд. дол. (33%) належить Азійсько-Тихоокеанському регіону. До трійки лідерів входять також Європа (709 млрд. дол.) і Північна Америка (620 млрд. дол.), що становить 31% та 28% відповідно [2].

Світовий експорт креативних товарів збільшився з 208 мільярдів доларів у 2002 році до 509 мільярдів доларів у 2015 році, що більш ніж удвічі за 13-річний період. Найбільші експортери у 2015 році – Сінгапур, Швейцарія, Індія, Німеччина, Великобританія, Італія, Гонконг, Франція, США, Китай [3].

Світовий імпорт креативних товарів збільшився з 227 мільярдів доларів у 2002 році до 454 мільярдів доларів у 2015 році. З точки зору найбільших імпортерів у всьому світі, на Сполучені Штати припадає 23 відсотки загального імпорту світової торгівлі креативними товарами, за ними йде Франція, Гонконг, Великобританія, Німеччина, Швейцарія, Японія, Китай, Канада та Італія [3].

Про вплив креативних індустрій на світову економіку яскраво свідчить зміна позицій у рейтингу найбагатших компаній світу. Якщо у середині минулого століття лідируючі позиції займали сировинні, енергетичні та промислові гіганти такі як Ford, Standard Oil и General Electric, то зараз за рівнем прибутковості і вартості їх обігнали Google, Amazon, Apple, Microsoft – компанії, пов'язані з онлайн ритейлом, масмедіа та інформаційними технологіями.

Закон України «Про культуру» визначає креативні індустрії як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження [4].

Внесок креативних індустрій в економіку України зростає швидкими темпами. За результатами дослідження ЮНЕСКО, внесок креативних індустрій у ВВП України становить 4% – майже втричі менше, ніж сільське господарство і вдвічі більше, ніж будівництво.

Загалом, в 2019 році ККІ забезпечили роботою 352 тисяч людей, або 3,8% зайнятих, а порівняно з 2013 роком зростання склало майже 40%. Роль креативних індустрій зростає і у міжнародній торгівлі України. Порівняно з 2013 роком експорт креативних послуг зріс на 68% до 5,4 млрд. дол. США завдяки швидкому зростанню комп'ютерних послуг, тоді як експорт інших послуг все ще

на 36,7% менше, порівняно з 2013 роком. Експорт креативних послуг в 2019 році склав 30% загального експорту послуг та 6,1% імпорту. У товарній торгівлі креативні індустрії не відіграють суттєвої ролі та становлять 1% експорту і 1,5% імпорту. У 2019 році експорт склав 0,51 млрд. дол. США [5].

Отже, творчий підхід та креативність стануть провідним та визначальним фактором економічного розвитку в XXI столітті, а країни, які здійснять перехід від традиційної економіки до економіки знань отримують безпрецедентні можливості стати більш конкурентоспроможними на світових ринках.

Список літератури:

1. Creative Economy Report 2010, UNCTAD URL: <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-report-2010> (Дата звернення: 15.11..2021)
2. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. URL: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times._the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf. (Дата звернення: 15.11..2021)
3. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries URL: <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries> (Дата звернення: 16.11..2021)
4. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI. Дата оновлення: 02.10.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (Дата звернення: 16.11..2021)
5. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf> (Дата звернення: 16.11..2021)

Кондратюк А.С.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туризм являє собою певне соціальне явище, яке охоплює практично всі сфери життєдіяльності суспільства й характеризується наявністю сукупності певних специфічних відносин, явищ і процесів, які супроводжують людину під час реалізації нею подорожей, які можуть мати різну мету. Туризм, як одна з найбільших галузей у світі, за рахунок свого мультиплікативного ефекту здатний створити передумови для економічного зростання країни, а економіка багатьох країн світу багато в чому формується за рахунок функціонування саме туристичної галузі [1].

Взагалі у науковому колі існує безліч поглядів на туризм як на галузь господарства та міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичні компанії з продукції різних галузей утворюють туристичний продукт [2].

Всесвітня туристична організація (ВТО) визначає туризм як похідну від французького слова *tour* (прогулянка, поїздка), що являє собою подорож або активний відпочинок у вільний час. У Манільській декларації зі світового туризму (1981 р.) дану галузь визначено наступним чином: «туризм – це один із багатьох видів активного відпочинку, який представляє собою подорожі, які здійснюються з метою пізнання тих чи інших районів, нових країн і які поєднуються у деяких країнах з елементами спорту» [2]. Відповідно до положень чинного Закону України "Про туризм", туризм репрезентовано як тимчасовий виїзд людини з постійного місця її проживання з метою оздоровлення або з професійно-діловою метою при цьому не займається оплачуваною діяльністю в тому місці, куди особа від'їжджає [3]. Зазначені вище підходи до ідентифікації сутності туризму можна узагальнити як процес тимчасового переміщення людей в певному напрямку (в межах країни та поза неї) з певною метою (професійно-діловою, спортивною, релігійною, оздоровчою, пізнавальною).

В той же час в економічній літературі, присвяченій проблемам формування і функціонування туристичного ринку, все ще не сформовано уніфікованого визначення поняття «ринок туристичних послуг». Під туристичним ринком частіше розуміють систему світогосподарських зв'язків, в рамках яких відбувається процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і навпаки.

Потрібно зауважити, що в контексті дослідження світового туристичного ринку, важливим є поняття «туристична послуга». Завдяки своїй специфіці туристична послуга формує комплексний характер туристичної діяльності та забезпечує ефект мультиплікатора, що дозволяє визначати зв'язки і міру інтегрованості туризму як галузі в національну та світо господарську економічні системи. Такими системо утворюючими окремими одиницями ринку виступають споживач та виробник туристичної послуги, різні відносини та зв'язки між якими формують попит та пропозиція.

Якщо розглядати туристичну послугу в контексті економіки, можна сказати, що це продукт, результат процесу взаємодії та взаємозв'язку різних організацій, виробляється та реалізується за допомогою туристичних ресурсів якими володіють ці організації. Через неспроможність споживачів задовольняти свої різнохарактерні потреби у відновленні своїх життєвих сил завдяки тільки одному виду туристичного товару чи послуги, виникає об'єктивна потреба у поєднанні суспільних благ у складі туристичного продукту, що являє собою будь-яку послугу, яка задовольняє ті чи інші потреби туристів і підлягає оплаті з їх сторони. Тобто його формує сукупність речових (предметів споживання) і нематеріальних (у формі послуги) споживчих цінностей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають в період його туристичної подорожі і, які викликані саме цією подорожжю. До таких послуг належать готельні, транспортні, екскурсійні, перекладацькі, побутові, комунальні, посередницькі та інші послуги [5]. Туристичний продукт має специфічні особливості, які поділяють на дві групи:

1) особливості, які властиві здебільшого до надання послуг взагалі, на відміну від матеріальних товарів, зокрема: нематеріальність, або невідчутність; невіддільність (нерозривність) виробництва і споживання; нездатність до зберігання; нестабільність параметрів якості послуг (непостійність або мінливість якості).

2) Особливості, які характерні виключно для туристичної індустрії, на відміну від інших видів бізнесу.

Варто зазначити, що на відміну від туристичних послуг, туристичний продукт приймає форму товару. Тобто, туристичний продукт – це економічне благо, яке призначене для обміну. В свою чергу, туристична послуга – це цілеспрямована діяльність туристичних агентів (підприємств, організацій, установ або окремих громадян-підприємців), спрямована на задоволення потреб населення в подорожах, відпочинку та екскурсіях (транспортні, готельні, екскурсійні та інші послуги, що входять в тур, який надаються туристу). Таким чином, туризм як соціально-економічне явище проявляється у вигляді

туристичного продукту та туристичної послуги, які нездатні накопичуватися і транспортуватися, та сумісний з усіма галузями світової економіки і видами діяльності. Завдяки диференціації туристичного продукту за різними споживчими характеристиками з'являються унікальні ринкові властивості та конкурентні переваги, що підвищують його споживчу цінність у контексті максимізації задоволення потреб споживачів.

В свою чергу, ринок туристичних послуг є складовою загального світового ринку товарів та послуг. Його можливо виділити як сферу реалізації товарів та послуг для задоволення потреб туристів; як галузь національної економіки і виступає мультиплікатором зростання національного доходу, складну соціально-економічну систему, стимул для розвитку інших галузей господарства, форму міграції населення, яка сприяє створенню нових робочих місць тощо.

Список літератури:

1. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 United Nations Publication Sales [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.27. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1e.pdf.
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Навчальний посібник. - Чернівці: Книги-XXI, 2013. - 300 с.
3. Закон України про туризм № 768-IX від 14.07.2020 [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95D0%B2%D1%80#Text>
4. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж [Електронний ресурс] // Электронная онлайн-библиотека thelib.info – Режим доступу до ресурсу: <https://thelib.info/marketing/280525-osobennosti-turistskogo-produkta-i-ih-vliyanie-na-tehnologii-prodazh/>.

Тихоненко Т.О.

СТРУКТУРА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

В умовах активізації процесів глобалізації світової економіки посилюється роль зовнішньоторговельних зв'язків країни. Самеміжнародна торгівля є складовою збалансованого економічного розвитку суспільства [1, с.86], підвищує конкурентоспроможність національної економіки, покращує рівень життя населення та забезпечує найповніше задоволення його потреб. Враховуючи високий ступінь впливу екзогенних факторів на економіку України в сучасних

умовах, зовнішньоекономічна діяльність зазнає негативних змін, що свідчить про необхідність вивчення її стану.

Характерною рисою останніх років є деіндустріалізація експорту та закріплення його сільськогосподарської спеціалізації. Вітчизняна економіка продовжує утверджуватися на міжнародних ринках як ключовий гравець у сільському господарстві. У 2014–2020 роках продовольчі товари та сільськогосподарська сировина остаточно стали основою українського експорту.

На відміну від експортних тенденцій у структурі імпорту в 2020 році, Україна підвищила частку продукції машинобудування до 21,7%, зменшивши частку мінеральної продукції до 7,2%. До структури імпорту традиційно входить хімічна продукція, а саме – становить 19,2% у 2020 році [2].

З огляду на це, структура експорту та імпорту між Україною та ЄС є важливим питанням слід проаналізувати структуру експорту та імпорту за групами товарів та видів послуг станом на 2020 рік. У першу п'ятірку експорту товарів з України до ЄС за обсягом увійшли: рослинна продукція (18,1%), недорогочінні метали та вироби з них (16,7%), машини (14, 8%), мінеральні продукти (11,1%), жири та олії рослинного та тваринного походження (9,9%) [3]. Найбільшими партнерами України є США, Польща, Німеччина, Нідерланди та Італія.

У 2020 році основними послугами, спрямованими на експорт, були: послуги з переробки матеріальних ресурсів (23,1%), транспортні послуги (25,4%), послуги у сфері телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні послуги (31,9%) та бізнес-послуги (13,2%) [2].

Одною із проблем зовнішньої торгівлі України з Європейським Союзом є підтримання значного від'ємного торговельного сальдо, що тисне на платіжний баланс і вартість національної валюти. Враховуючи цей факт, необхідно проаналізувати динаміку європейського імпорту та його структуру. Основними товарами, які ми імпортували у 2020 році, були: машини та обладнання - 21,7%, хімічна продукція - 19,2%, транспортні засоби, літаки, плавзасоби - 12,1% [2].

Найбільшими імпортерами товарів в Україну за обсягом імпортованих товарів є США, Німеччина, Польща, Італія. Серед імпорту основними послугами у 2020 році були: бізнес-послуги - 22,4%, транспортні послуги - 19,6%, роялті та інші послуги пов'язані з використанням інтелектуальної власності - 15,1%, телекомунікаційні послуги, комп'ютерні та інформаційні послуги - 13,9% та послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю - 10,4%.

Згідно з аналізом даних Держстату [3], значна частина товарів і послуг мають від'ємне сальдо торгівлі України з Європейським Союзом.

Таким чином, аналіз дозволяє констатувати, що ситуація з торгівлею між Україною та ЄС виглядає не зовсім зрозумілою. По-перше, незважаючи на збільшення поставок до ЄС, структура експорту залишається переважно сировинною та низько технологічною [4], що спричиняє ризики через цінові та ринкові коливання. По-друге, зниження ввізного мита ЄС не призвело до суттєвих змін у структурі зовнішньої торгівлі: високотехнологічного імпорту в Україну та експорту сировини до ЄС. По-третє, спостерігається негативне сальдо зовнішньої торгівлі для більшості груп товарів і послуг, що негативно впливає на платіжний баланс та економічне зростання.

Таким чином, завдяки підписанню угоди про вільну торгівлю, Європейський Союз є провідним торговельним партнером України. Наразі спостерігається дефіцит торгівлі українськими товарами з європейськими країнами через високу частку імпорту товарів з високою доданою вартістю. Розширення нових ринків вітчизняними експортерами стримується тривалим і капіталомістким процесом приведення української продукції до європейських стандартів. Одним із перспективних рішень ситуації може бути посилення орієнтації на експорт не лише сировини, а й продукції з високою доданою вартістю, виробленої харчовою та переробною промисловістю.

Для збільшення експорту української продукції до ЄС необхідно покращити адміністрування торгівлі між Україною та ЄС шляхом зниження витрат вітчизняних експортерів на постачання товарів до ЄС, збільшення квот,

відстоювання інтересів українських експортерів в інституціях ЄС та скорочення некритичного імпорту.

Список літератури:

1. Герасимчук В. Г. Країни Балканського регіону в структурі зовнішньої торгівлі України / В. Г. Герасимчук. // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". – 2017. – №14. – С. 85–93.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата доступу: 06.11.2021).
3. Євростат[Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-businessstatistics/data/main-tables>(дата доступу: 06.11.2021).
4. Коляда О. В. Зовнішня торгівля товарами України: сучасний стан і перспективи розвитку / О. В. Коляда, М. М. Омельченко. // Економіка і суспільство. – 2018. – №9. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/10.pdf(дата доступу: 06.11.2021).

Tserni T.

THE MARKETING MANAGEMENT IN INTERNATIONAL HOTEL INDUSTRY

International marketing management encompasses marketing activities that take place across countries borders. It is centered on creating, planning, and implementing strategies that will help to achieve different wide range of business objectives which can involve increasing brand awareness, boosting profits, or entering into overseas markets.

Management of marketing activities in terms of international diversification involves the construction of an appropriate system of information gathering, researches of foreign markets, planning, implementation and control marketing program, the assessment of the risks and profits, efficiency marketing solutions, marketing strategy development business activities the enterprise, which gives opportunity to obtain maximum effect rational minimal marketing expenses [1].

In any sphere effective marketing management analysis of factors that affect success and failure. It is the first step to planning and decision making and includes analysis of the following:

- Market analysis (estimation of market size and trends);

- Competitor analysis;
- Customer analysis;
- Company analysis (defining the market share, providing portfolio analysis and profitability analysis) [2].

The marketing management of in international hotel industry consists of the concept of total quality management. “Hotel industry is like a reservoir from where the foreign exchanges flow.”[3]

International hotel management requires new exploration and avenues for innovation like other industries. To enrich the peripheral services all the leading hotel companies of the world are working hard with a motto by adding additional attractions to their services. [3]

Traditionally, the hospitality companies and the small business dedicated to the hospitality have been apart of the marketing environment. However, factors such as crisis, hyper-segmentation and digitization in all types of promotion, are causing the emergence of multiple cases of successful business models developed by them. In all, the marketing treated as strategy and brand value creation play a role.

A mistake made by many hotels, when they have begun to be aware of the need to structure the marketing function has been to concentrate on the operational side (advertising, design, catalogs, etc.), and have neglected the strategic approach customer orientation and brand value creation (branding strategy) [4].

The COVID outbreak has had a major impact on the hotel industry and its marketing management, as hotels are forced to contend with new legal requirements, changing customer habits and behaviours, global travel restrictions and the economic fallout. Taking into account some of the main hotel marketing trends linked to the pandemic as highlighting safety in hotel marketing and guest communication, ramping up the focus on leisure trips, shifting from international to local travelers, the role of flexible cancellations we shout concentrated on the new marketing management accents. [5]

The current situation in world is a complicated and reality uncertain, both for large and small companies. It is also a fact that this is the environment in which it will

have to compete in the nearest future. We should take into account the current demand. Also we shouldn't concentrate only on income, but firstly on the client. To do this, hotels and hoteliers should adopt marketing and brand building as the focus of its activities. This means focusing efforts on offering to its clients and prospects, innovative value propositions, differential and winning and in international marketing-management as well.

Literature:

1. Tanasychuk A, Sirenko S, Shapovalova Y. Structural set of the concept of marketing management of the international activity of the enterprise. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26585.pdf>. (Accessed: 17.09.2021).
2. Lancaster G., Massingham L. Essentials of marketing management. P.15. URL: http://eprints.stiperdharma.ac.id/41/1/%5BGeoffrey_Lancaster%2C_Lester_Massingham%5D_Essentials%28BookFi%29.pdf. (Accessed: 3.09.2021).
3. Marketing Management Of Hotel Industry Essay. URL: <https://www.bartleby.com/essay/Marketing-Management-Of-Hotel-Industry-PKVLAPXZ9CXQ>. (Accessed: 17.09.2021).
4. Olsen, M., West J., Tse E. Strategic Management in the Hospitality Industry, 2nd Edition. 1998.
5. Goryushkina N., Shkurkin D., Petrenko A., Demin S., Yarovaya N. Marketing Management in the Sphere of Hotel and Tourist Services. URL: <https://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/view/2961/pdf>. (Accessed: 19.09.2021).

Єрьомін С.А.

НАЦІОНАЛЬНІ ПОЛІТИКИ ЩОДО ДЕТІНІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Проблема тінізації економіки актуальна для всіх країн світу і тому це є глобальною проблемою. Проте головними відмінностями в тій чи іншій країні є стан соціально-правового контролю, регуляторна діяльність держави, реалізація державних стратегій, програм боротьби з тіньовою економічною діяльністю, показники рівня життя населення.

За різними даними, її рівень становить у розвинених країнах від 8% ВВП, у країнах з перехідною економікою – понад 20% ВВП, у країнах, що розвиваються, – 40% ВВП. Прийнято вважати, що масштаби тіньової економіки в розмірах 5-10% ВВП не здійснюють серйозний вплив на соціально-економічні процеси в суспільстві, не викликають значних порушень в економіці та вважаються

припустимими. Але якщо розміри тіньового сектору економіки перевищують 30% ВВП, формується критична маса, перевищення якої свідчить про наявність в державі відтворювальної системи тіньових економічних процесів [1, с.117].

Досліджуючи заходи, політику країн щодо детінізації своїх економік необхідно аналізувати не лише досвід країн з розвинутою економікою, але й успішні випадки детінізації економік тих країн, котрі мають чи мали схожі з Україною політичні та економічні параметри.

Прикладом для детінізації економіки для України може бути республіка Польща, яка в період 1991-2019 рр. знизилася рівень тіньової економіки з 34,5% до 19,1% ВВП, тобто на 15,4 в. п. Зниження тіньового сектору у Польщі відбувалося не за рахунок різкої лібералізації податкових ставок. Ставки корпоративного податку за цей період поступово скоротилися з 40% (діяла до 1996 року) до 19% (впроваджена в 2004 році).

З 1 січня 2017 року було запроваджено знижену ставку корпоративного податку у розмірі 15% для малого бізнесу, річний фінансовий дохід якого не перевищує 1,2 млн. євро, та для суб'єктів господарювання, які функціонують перший рік на ринку. Впродовж аналізованого періоду також було скорочено ставки податку з доходів фізичних осіб. Загалом польський уряд здійснював розвиток фіскального законодавства за рахунок його поступової гармонізації з законодавством країн Європейського союзу, а не за допомогою радикального реформування [2].

Аналізуючи досвід Грузії можна зрозуміти, що ця країна діяла значно радикальніше. Так, до 2003 року сфера оподаткування була однією з найбільш проблемних в Грузії. Процес збору податків був складним через відсутність добре функціонуючого виконавчого органу, низького рівня податкової дисципліни та ряд інших серйозних проблем. Внаслідок революційних подій, які мали місце в Грузії наприкінці 2003 року, новостворений уряд зобов'язався глибоко реформувати податкову систему задля зменшення випадків податкових та адміністративних зловживань.

Після року дискусій наприкінці 2004 року кількість податків та їх ставки було радикально знижено, а процес адміністрування значно спрощено, внаслідок

чого грузинська податкова система стала однією з найліберальніших в Європі. Загальна кількість податків була скорочена з двадцяти до семи (до шести з 2008 року). Усі податки з низькою фіскальною ефективністю були скасовані. Залишилися лише ті, які приносили найбільше надходжень до бюджету та характеризувалися не складними процедурами адміністрування. Результатом такого реформування стало збільшення ВВП на душу населення за підсумками 2008 р. у 2,6 рази порівняно з 2004 р [3].

Цікавим є досвід боротьби з тіньовою економікою в частині ухилення від сплати податків в Словаччині. Підтвердженням ефективності таких заходів є зниження показника рівня тіньової економіки з 18,5% ВВП у 2002 р. до 12,5% ВВП у 2015 р. Поступова детінізація словацької економіки мала місце починаючи з 2003-2004 року.

Саме в цей період урядом була проведена масштабна податкова реформа. Її суть зводилася до максимального спрощення національної податкової системи задля залучення нових інвестицій. Ставки трьох найважливіших з фіскальної точки зору податків (податку на доходи фізичних осіб, корпоративного податку та ПДВ) було уніфіковано в єдину ставку - 19%. До реформи ставка податку на доходи фізичних осіб була прогресивною та коливалася в межах від 10% до 38%; корпоративний податок мав базову ставку в розмірі 25% та дві пільгові ставки в розмірі 18% та 15%; базова ставка ПДВ складала 20%, а пільгова - 14% [4].

Отже, кожна країна має здійснювати ефективну національну політику для боротьби з тінізацією на державному рівні, проводити таку ж політику на регіональному рівні, що в кінцевому підсумку дозволить наблизитись до детінізації глобальної економіки загалом.

Список літератури:

1. Борусевич Х. Ю. Сучасний стан та тенденції розвитку тіньової економіки у посткризовий період. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. 2012. № 1. С. 117-123.
2. Pirnykoza P. Analysis of the shadow economy and its fiscal effects in Ukraine. EUREKA: Social and Humanities. 2020. №2. P. 30-38.
3. Official web-site of World Bank Group. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=GE> (Last accessed: January 2019)
4. Official web-site of Ministry of Finance of The Slovak Republic. URL: <http://www.finance.gov.sk/en/> (Last accessed: January 2019).

ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНА КРИЗА В ЄС: ПЕРЕДУМОВИ, ФОРМИ ТА НАСЛІДКИ

Сьогодні дезінтеграційна криза в ЄС виступає як один із суттєвих ризиків у здійсненні міжнародної економічної діяльності та трансформації економічної системи України. Попри це, реалізуються стратегії демократичних перетворень і економічне зростання набуває більших можливостей, щоб принести користь суспільству. Саме тому хочу розглянути вплив дезінтеграційної кризи в ЄС на солідарність європейського суспільства і подальшу інтеграцію України в нього в трьох основних напрямках: здійснення міжнародної економічної діяльності, імплементація соціально-економічного досвіду в українські реалії та якісна справа у вирішенні глобальних проблем.

Криза — це «стан речей, у якому неминучі рішучі зміни на краще чи гірше» (OxfordEnglishDictionary 2013), «ситуація, яка досягла надзвичайно складної або небезпечної точки» (Кембриджський словник англійської мови). Таким чином, дезінтеграційна криза – це ситуація, в якій економіко-політичний союз як система стикається зі значною потребою в діях, з одного боку, і обмеженим часом для здійснення реформ, з іншого.

Таблиця 1.

Складові та потенційні загрози дезінтеграційної кризи в ЄС

Види криз	Головні елементи	Загрози
Фінансова	Банківська криза спровокувала кризу державного боргу та спекуляції проти євро.	Зменшення кількості банків; спекуляції з облігаціями окремих країн, неплатоспроможність держав, підвищена дивергенція всередині МВФ; зменшення реальних доходів населення.
Економічна	Згорання виробництва, зростання безробіття, зменшення фіскальних ресурсів.	Зростаючий бюджетний дефіцит, недотримання з боку ЄС критеріїв пакту стабільності та зростання, напруга в євроні.
Внутрішніх відносин	Арабська весна і наступні міграційні потоки, війна в Україні, зміна глобального розподілу влади.	Нестабільність у найближчому сусідстві з ЄС, потенційний приплив небезпеки в ЄС.

Джерело: побудовано автором на основі [1,4,5]

Проаналізувавши європейські дезінтеграційні явища на прикладі Brexit, можна сформулювати три основні види криз, з якими стикнулися країни-члени Європейського союзу (табл.1). Кожен елемент, наведений у таблиці 1, є кризою сам по собі, який також можна розглянути і в дезагредований спосіб. Політико-соціальні процеси як у Великій Британії, так і всередині Європейського союзу спричинили цілий конгломерат криз. Реакція на всі ці події поставила перед ЄС серйозний і досінебачений виклик.

Оскільки криза є водночас глибокою та багатогранною, вона вплинула, принаймні до певної міри, на кожну складову політичної стабільності ЄС. Однак, на відміну від економічних ефектів, таких як зниження темпів зростання та скорочення фіскальних доходів, які населення відчуло одразу, інші наслідки кризи зазвичай є опосередкованими. Зокрема, коли йдеться про державну політику, вона далека від автоматичної. У таблиці 2 наведено основний аналітичний підхід дослідження.

Таблиця 2.

Взаємозалежність наслідків дезінтеграційної кризи в ЄС

Незалежна змінна	ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНА КРИЗА
	Збільшує функціональний та часовий тиск на розвиток та гнучкість політики, отже, може вплинути на ↓
Незалежна змінна	ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В ЄС
	(включаючи стекхолдерів та економічні одиниці з їхніми інтересами + уявленнями та правилами) Що визначає ↓
Залежна змінна	РЕЗУЛЬТАТ ПОЛІТИКИ В ЄС

Джерело: побудовано автором на основі [4,5,6]

Як впливає з таблиці 2, обмежена варіативність політичних дій в ситуації ускладненого функціонування ЄС може звужити вікно можливостей для економічного зростання та створення більш якісних основ для здійснення

міжнародних економічних, інфраструктурних та промислових проєктів. Це вплине на переоцінку складно компонентного бюджету ЄС та призведе до переорієнтації фінансування в бік посилення економічної та бюджетної безпеки, підтримку урядів країн-членів та ради калізації політичних сил, що опосередковано впливають на формування національних політик в ЄС.

Підводячи підсумок, зазначимо, комплексне явище дезінтеграційних процесів в ЄС являє собою критично доленосний процес економіко-політичних змін, що не лише ознаменували загрозливу економічну стагнацію в середині об'єднання, але й здатні відкрити нові підстави для обговорення плану активних дій щодо врегулюванням іграційної проблеми, вирішення внутріполітичних протиріч та побудови стратегії виходу з економічної кризи, що неодмінно дасть новий поштовх для економічної інтеграції України в систему ЄС.

Список літератури:

1. Economy Report 2021: Cross-border data flows and development: For whom the data flow – New York: United Nations Publications, 2021. – 238 с. – (UNCTAD/DER/2021). – (ISBN:978-92-1-113022-5).
2. Transnational corporations investment and development – New York: United Nations Publications, 2020. – 159 с. – (UNCTAD/DIAE/IA/2020/1). – (ISBN: 978-92-1-112978-6; кн. 20).
3. Facts and figures on the European Union economy [Електроннийресурс] // Eurostat. – 2020. – Режимдоступудоресурсу: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/key-facts-and-figures/economy_en.
4. Falkner G. The EU's current crisis and its policy effects: research design and comparative findings / Gerda Falkner. // Informa UK Limited, trading as Taylor & Francis Group. – 2016. – №2. – С. 1–17.
5. Webber D. How Likely Is It That The European Union Will Disintegrate? A Critical Analysis of Competing Theoretical Perspectives / Douglas Webber. // European Journal of International Relations. – 2014. – №20. – С. 341–365.
6. Zielonka J. Desintegration Theory: International Implications of Europe's Crisis / Jan Zielonka. // Georgetown University Press. – 2012. – №13. – С. 51–59.
7. Foreign investment (FDI) in the EU from 2000 to 2020(in trillion U.S. dollars, on a historical-cost basis) [Електроннийресурс] // Statista Inc.. – 2021. – Режимдоступудоресурсу: <https://www.statista.com/statistics/188870/foreign-direct-investment-in-the-united-states-since-1990/>.
8. Four Scenarios for Relations between the EU, the Russian Federation, and the Common Neighbourhood – Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2014. – 40 с. – (Department of Central and Eastern Europe). – (ISBN: 978-3-95861-053-8).

ДЕТІНІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК В МІЖНАРОДНІЙ БЕЗПЕКОВІЙ СИСТЕМІ

Вперше проблеми тіньової економіки привернули увагу дослідників ще у 30-х роках. Однак, лише в кінці 70-х років з'явилися серйозні дослідження цієї сфери, а однією з перших робіт в цій області була робота П. Гутманна (США) «Підпільна економіка» (1977 р.), в якій зверталася увага на неприпустимість ігнорування її масштабів і ролі [5, с. 45]. Об'єктом дослідження тіньова економіка стала лише наприкінці ХХ ст. К. Харт [4, с. 18] першим звернув увагу на неформальну зайнятість в країнах третього світу і прийшов до висновку, що вона не має ніякого відношення до офіційної економіки і генерується скупченням дрібного незареєстрованого бізнесу, що не платить податки.

У світовій практиці існують певні важелі та механізми, призначені вивести підпільну економіку в правове русло, а саме: зниження податкових навантажень, удосконалення законодавства, реформа систем оплати праці, ліквідація ВЕЗ, широке обговорення проблеми тінізації в ЗМІ, впровадження більш жорстких покарань, розробка детінізаційних економічних заходів, оцінка суспільством корупційних формувань [3, с. 32].

Детінізація національної економіки – це сукупність економічних, організаційно-адміністративних вимірів правового, технічного характеру, призначених для побудови організаційно-правової структури, що впливає на відтворювальні ресурси тіньового сектору економіки [3, с. 45].

В нашій країні поняття детінізації економіки розглядається з таких ракурсів: зниження рівня тіньової економічної діяльності за допомогою відповідної загальної політики; як комплекс заходів, спрямованих на усунення першопричин розвитку національної економіки та створення кращого економічного середовища.

Процес скорочення тіньового сегменту має включати усунення першопричин сірої частини національної економіки та встановлення прозорих відносин між усіма учасниками фінансово-економічної системи. Одним із основних напрямів

сучасної економічної політики є легалізація нагромадження капіталу та підвищення національного добробуту [4, с. 69 - 70].

Заходи щодо детінізації національної економіки повинні бути комплексними та стосуватися усіх сфер її функціонування:

1. Запровадження антикорупційних заходів та посилення ринкового регулювання економіки. Необхідним є перехід від застарілих радянських методів регулювання економічних процесів до нових принципів. Зміни повинні стосуватися органів влади та бути спрямованими на боротьбу з надмірною бюрократією. Покращення забезпечення діяльності підприємців дасть змогу значною мірою знизити стимулювання переходити «в тінь» та підвищить ефективність контролю держави за тіньовими операціями.

2. Завдяки змінам у податковій сфері суб'єкти господарювання отримають змогу функціонувати в однакових умовах оподаткування. Окрім того необхідно знизити тиск податкового навантаження та забезпечити ефективне податкове адміністрування. Для цього доцільно було б провести ряд заходів, спрямованих на підвищення довіри бізнесу до держави та збільшення надходжень до держбюджету, встановлення рівних умов для всіх платників податків, вирішення проблеми заборгованості із повернення ПДВ, необхідного для забезпечення експорту.

3. Важливою умовою проведення ефективної політики детінізації національної економіки є реформування банківської системи. Для її забезпечення потрібно поширювати безготівкові розрахунки для повного контролю джерел доходів, відстежувати інформацію про власників банків та небанківських фінансових установ, розробити ефективну систему забезпечення повернення з-за кордону отриманих нелегальним шляхом коштів та активів.

4. Необхідно здійснити низку заходів для реформування ринку праці. Пенсійна система нашої влади стара і безсила, заснована на радянських принципах. Це призвело до збільшення видатків державного бюджету на покриття збитків та виплат пенсійного фонду для окремих пенсійних секторів. Необхідно посилити застосування адміністративних заходів щодо збільшення

відповідальності за звільнення від податків і страхових внесків, а також розподілити податковий тягар між роботодавцем і працівником шляхом зміни рівня індивідуальних внесків і податків на доходи фізичних осіб, при цьому формальну заробітну плату в компаніях збільшувати.

5. Одним із основних шляхів зниження рівня економічної активності в тіншовій економічній діяльності є реформування судової системи з метою боротьби з агресією, зменшення корупції, неупередженості судової влади та незалежності політичної ситуації в країні [3 , с. 34–35].

Таким чином, детінізація національної економіки як комплекс заходів економічного, організаційно-управлінського, правового, технічного характеру має бути спрямованим на розвиток сталого розвитку народного господарства країни.

Список літератури:

1. Белкіна, С. А. Державне регулювання скорочення тіншового сектора в сучасній Україні. *Економіка і життя*. 2016. №5-6. С. 23-28.
2. Тіншова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації: монографія / за ред. З. С. Варналія. Київ: НІСД, 2006. 576 с.
3. Бурячок В. Л., Невоїт Я. В., Бурячок Л. В. Вплив кібернетичної безпеки на стан економічного розвитку провідних країн світу та України. *Сучасний захист інформації*. 2015. № 4. С. 29-43.
4. Мазур І. Детінізація економіки України: теорія та практика: монографія. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2006. 239 с.
5. Gutmann P. The Subterranean Economy. *Financial Analysts Journal*, vol. 33, 1977.

Бубряк А.О.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНИХ КРИЗОВИХ ПРОЦЕСІВ ЄС

Зв'язок функціонування і розвитку світової економіки має діалектичний характер, що в свою чергу підвищує можливість і закономірність настання і розв'язання криз. Розвиток є циклічним, що спричиняє періодичне настання криз. Кризи не обов'язково є руйнівними, але їхнє настання викликається не тільки суб'єктивними, але й об'єктивними причинами, а саме самою природою соціально-економічних систем. Соціально-політичні кризи впливають на стан соціально-економічного розвитку будь-якої країни.

Відносно високий рівень розвитку економіки країни може забезпечити їй економічну незалежність, відповідно політична підтримка і укладення довгострокових двосторонніх зовнішньополітичних угод сприяють зміцненню позицій країн-учасників в рамках взаємної допомоги. Проте останнім часом посилюються дезінтеграційні настрої окремих країн-учасників ЄС, що негативним чином впливає як на інтеграційну політику в цілому, так і на зовнішньополітичні та зовнішньоекономічні зв'язки ЄС.

Провести аналіз механізмів регулювання дезінтеграційних кризових процесів Європейського Союзу.

Робота базується на використанні принципів єдності теорії і практики, а саме в поєднанні історичного методу для вивчення основних засад формування дезінтеграційних напрямів та аналітичний метод для аналізу стану сучасних зовнішньополітичних відносин ЄС та дезінтеграційних кризових явищ.

Питання зовнішньої політики країн Європи висвітлювали в своїх роботах українські та зарубіжні фахівці, зокрема С. Власова, А. Гетьманчук [1], Г. Грабарчук, А. Мартинова [3], Г. Старостенко [5] та інші.

Роботи названих фахівців ґрунтувались на висвітленні теоретичних матеріалів і не враховують мінливість політичних позицій сьогодення.

Соціально-економічні проблеми ЄС аналізуються як дезінтегруючий фактор (фінансово-економічна криза, зростання соціально-економічної нерівності між країнами ЄС, велика заборгованість низки країн Південної Європи та Ірландії, коронавірусна криза) на основі з якого робиться висновок, що протиріччя між багатшими і біднішими країнами наразі є недостатньо гострими для розпаду ЄС, а кризи наразі не розвиваються критично.

Розглянуті політико-бюрократичні фактори дезінтеграції (недостатня демократичність і бюрократизація політичних інститутів Європейського Союзу в Брюсселі, посилення євроскептицизму в багатьох країнах-членах ЄС тощо) не стільки послаблюють європейську єдність, а скільки не провокують розпад в найближчому майбутньому.

У той же час можна відстежити переваги дезінтеграції, а саме: вільний вибір політики, не обмежуючись умовами та цінностями інтеграційного об'єднання, здатність відстоювати інтереси вітчизняних виробників і споживачів та збереження культурних цінностей і традицій.

Одним з факторів, який матиме подальший безпосередній вплив на розвиток Європейського Союзу в коротко- та середньостроковій перспективі, є процес завершення переговорів про нову угоду з Великобританією, під впливом зовнішньополітичних факторів, а саме: участі у багатьох міжнародних організаціях глобального, регіонального та субрегіонального рівня [2, с. 14].

Окрім того, євроінтеграція потребує термінового переформатування, щоб вдихнути в неї нову енергію. Важливо знайти нові рішення, які можуть значно підвищити ефективність співпраці у вирішенні справді стратегічних питань, надаючи державам-членам більшу свободу там, де вони вважають за доцільне покладатися насамперед на власні зусилля та ресурси [4, с. 39].

Отже, нинішні кризові дезінтеграційні процеси в ЄС є значним викликом для європейської спільноти, який демонструє неефективність усталених механізмів та форматів взаємодії під впливом невідповідності реаліям сучасного розвитку. Тому з одного боку дезінтеграційні процеси уповільнюються під впливом прагнення нових членів щодо вступу до ЄС, а з іншого поглиблюються під впливом кризових настроїв країн-членів.

Список літератури:

1. Гетьманчук, А. Компенсация за Меркель. *Главред*. 2006. 28 февр. URL: <http://www.glavred.info/archive/2006/02/28/180043-2.html>
2. Демчишин Р. Особливості євроінтеграційного процесу у Польщі: внутрішньополітичний та зовнішньополітичний виміри. *Політичні науки*. 2015. № 2. С. 13-17.
3. Мартинов А.Ю. Українсько-німецькі відносини на межі ХХІ століття: попередні підсумки і перспективи. *Науковий вісник Дипломатичної академії України*. 2002. Вип. 7. С. 229-242. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2002_7_27
4. Переформатування європейської інтеграції: можливості і ризики для асоціації Україна-ЄС. В.Сіденко (керівник проекту) та ін. Київ, 2018. С. 214
5. Старостенко, Г. В. Українсько-німецькі відносини : політичний та безпековий виміри співробітництва : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.04 / Г. В. Старостенко ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-тут міжнар. відносин. Київ, 2004. 207 с.

ПАНДЕМІЯ COVID-19 ЯК КАТАЛІЗАТОР ЦИФРОВІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Пандемія COVID-19 стала одним з найбільших потрясінь для бізнесу та економіки в сучасній історії. Хоча довгострокові наслідки цього явища на поточному етапі оцінити досить складно, вже зараз в економіці відбулися події, які каталізували ряд змін. І особливо ці системні інновації мають тісний зв'язок з діджиталізацією технологічних бізнес-процесів, які більшість учасників ринку не може ігнорувати. COVID-19 і обмеження по всьому світу ясно продемонстрували потребу в цифрових нововведеннях більше, ніж будь-коли раніше. Цифрова трансформація грає вирішальну роль в світі щодо заходів направлених на подолання пандемії і в майбутньому відновленні. Відповідно наукова спільнота не могла залишитись осторонь трансформаційних змін у світовій економіці. Дослідженням зміни державної економічної політики в період пандемії займаються як зарубіжні, так і вітчизняні науковці: Р.Болдуїн та Б.В. ді Мауро [1]; В.Братик та Я.Франик [2], І.М. Дороніна [3]. Не залишаються осторонь і міжнародних компаній, які здійснюють оцінку трансформаційних процесів та їх наслідків. Зокрема, міжнародна консалтингова компанія McKinsey в опублікованому глобальному опитуванні керівників (англ. Global Survey of executives) було зазначено, що пандемія COVID-19 прискорила процес цифровізації світової економіки на кілька років. Глобальний карантин дав потужний поштовх розвитку онлайн-послуг практично у всіх областях. Споживчі витрати зросли приблизно на 25-30% у річному обчисленні з березня 2020 року до лютого 2021 року. Три місяці самоізоляції у 2020 р. привели в онлайн-магазини не менше 10 млн. чоловік [4]. Більшість нових покупців після зняття обмежень на пересування продовжать здійснювати покупки через Інтернет. Цифрові рішення також можуть протидіяти відсутності працівників з причин, пов'язаних зі здоров'ям. У цьому контексті активно використовується віддалена робота. Фірми, співробітники і споживачі швидко звикають до використання цифрових технологій (відеоконференцзв'язок, віддалена робота або робота з дому і онлайн-

транзакції), що безперечно прискорив процес цифровізації. Рейтинг країн за рівнем цифровізації визначив Інститут розвитку менеджменту (рис.1).

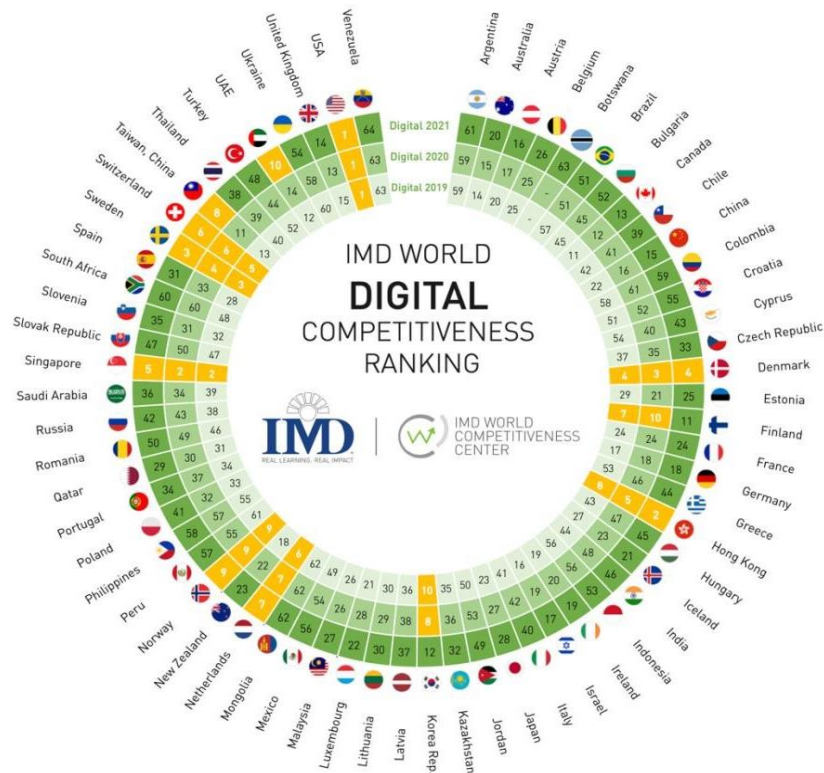


Рис. 1 - Рейтинг цифрової конкурентоспроможності за 2019-2021 рр. [5]

Відповідно до даних наведених на рис. 1 можна побачити, що беззаперечним лідером протягом 3-х років є США. Позиції інших учасників з топ-10 характеризуються нестабільною динамікою. Слід зазначити, що КНР за три попередніх пандемії COVID-19 року зумів піднятися з 22 на 15 місце в рейтингу. Проте, цифрові навички більшості населення КНР є низькими.

Можна з упевненістю говорити, що світ сьогодні знаходиться в розпалі четвертої промислової революції. Трансформація просто фабрик в «Розумні фабрики» («Smart Factories»), що включає і об'єднує в собі безліч різних технологій (кібер-фізичних систем (Cyber Physical Systems), інтернету речей (IoT), хмарних обчислень (Cloud Computing), штучного інтелекту (Artificial Intelligence) і т.д.) несе бізнесу велику кількість переваг - від підвищення продуктивності за рахунок оптимізації та автоматизації до персоналізації виробництва, що забезпечує лояльність клієнтів.

Таким чином, пандемія COVID-19 призвела до незворотної зміни бізнессередовища та економічної системи, а її наслідки ще довго будуть «управляти» ситуацією у світі. Вірусні зміни стали лише спусковим гачком для змін бізнес моделей, а провідними джерелами інформації в цих умовах з'явилися соціальні мережі. Добре це чи погано – покаже час. І все ж, будь-які складнощі є двигуном прогресу, адже вони змушують людей шукати виходи з найзаплутаніших і неоднозначних ситуацій.

Список літератури:

1. Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do What-ever it Takes / ed. Baldwin R., Maurodi B.W. London, UK: CEPR Press VoxEU. 2020. 219 p.
2. Bratic V., Franic J. Public sector economics in the time of coronavirus. *Institute of Public Finance*. 2020. № 112. P. 1-3. doi: 10.3326/pr.2020.112.
3. Доронін І.М. Цифровий розвиток та національна безпека у контексті правових проблем. *Інформація і право*. 2019. № 1(28). С. 29-36.
4. Official website of the McKinsey. Global Survey of executives -2020.– 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-global-surveys#>
5. Official website of Datareportal. Digital 2021: Global Overview Report. –URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Висоцька А.О.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМИ ФІНАНСОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

Впродовж 2014-2021 років Україна інтенсивно інтегрується до світового економічного простору. Цей процес відбувається завдяки співробітництву України з міжнародними фінансовими організаціями (далі – МФО), взаємодія з якими є важливим чинником фінансового розвитку нашої держави. Тому, питання формування стратегічних напрямів ефективного співробітництва України з МФО є наразі актуальним і має практичний інтерес для розбудови нашої країни.

Глобалізація світової економіки стала поштовхом для розвитку фінансових відносин між країнами світу. Для України важливе забезпечення реалізації міжнародних фінансових відносин з метою залучення міжнародного досвіду та фінансування задля зміцнення стійкості системи державних фінансів, підвищення

рівня ефективності функціонування системи державного управління і створення умов для розвитку реального сектору економіки [1].

Вироблення стратегічних напрямів співпраці з міжнародними фінансовими інституціями є необхідним, оскільки таке партнерство дасть Україні можливість отримання довгострокового фінансування різних сфер на найвигідніших умовах для впровадження інвестиційних проектів.

Головним партнером України по фінансуванню виступає Міжнародний валютний фонд (далі – МВФ). Україна співпрацює з МВФ протягом 27 років. Основні напрями кредитування МВФ спрямовані на стабілізацію курсу національної валюти України. Аналіз фінансування МВФ української економіки протягом 1994-2020 рр. є нестабільним, в окремі періоди призупинялось надходження коштів, що відображено на Рис. 1.

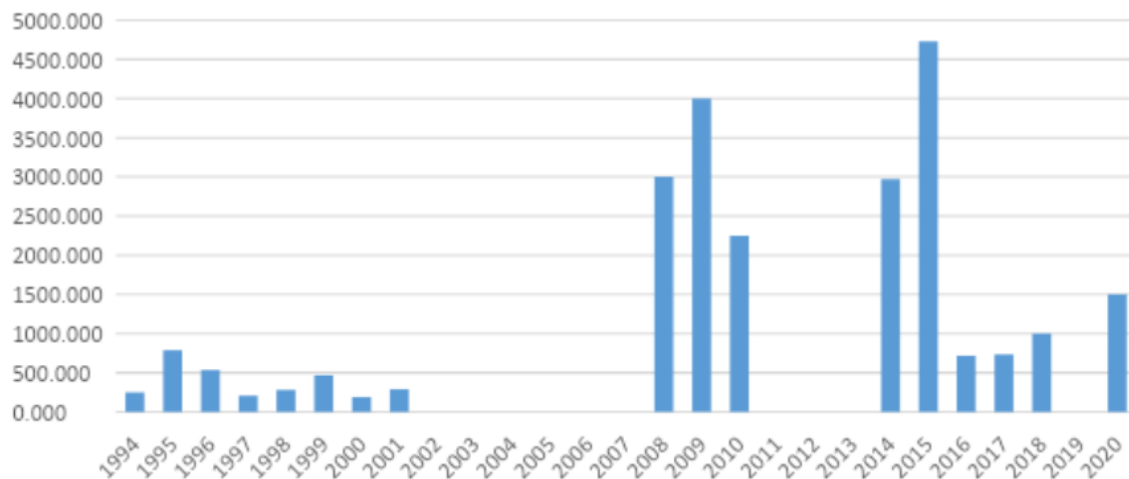


Рис. 1. Сума фактичних виплат Україні МВФ, млн. СПЗ, 1994-2020 роки [2]

Співпраця з МВФ відкрила також можливості для залучення фінансування від інших міжнародних фінансових установ, а саме від Світового банку, до складу якого входять Міжнародний банк реконструкції та розвитку (далі - МБРР), Міжнародна асоціація розвитку, Міжнародна фінансова корпорація, Багатостороння агенція з гарантій інвестицій, Міжнародний центр з врегулювання інвестиційних спорів.

Від МБРР Україна отримує інвестиційні кредити у сфері електроенергії, енергетики, вугільної промисловості, сільського господарства. На 1 лютого 2021

року на стадії реалізації в Україні знаходяться 11 інвестиційних проектів та 1 системний проект на загальну суму 3093,04 млн дол. США, вибірка коштів позик за якими складає 1722,22 млн дол. США, що становить 55,68% загальної суми позик [3].

Євроінтеграція України вплинула на розвиток взаємовідносин з європейськими фінансовими організаціями. Одним із провідних європейських інвесторів в економіку України є Європейський банк реконструкції та розвитку (далі – ЄБРР), який здійснює цільове кредитування як приватної, так і державної сфер. ЄБРР спрямовує фінансування проектів на розвиток транспортної інфраструктури, фінансової, енергетичної сфери та розвиток муніципалітетів. Всього ЄБРР було реалізовано в Україні 505 проектів, інвестицій – 15 319 млн. євро, виплати – 10695 млн. євро. На сьогоднішній день активними є 206 проектів на суму 4 053 млн євро (Рис 2.).

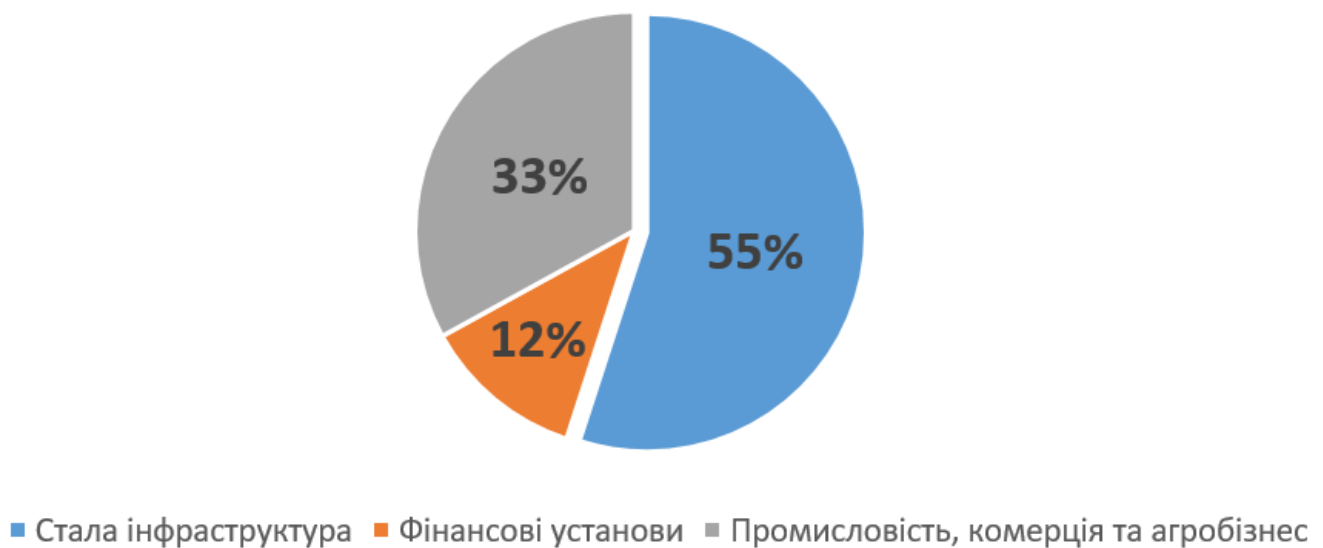


Рис.2. Розподіл фінансування України ЄБРР за секторами у відсотковому співвідношенні [4]

Розширення сфер співробітництва України з МФО потребує подальшого розвитку. Для більш ефективної співпраці України з МФО очевидно видається необхідність удосконалювати практику реалізації інвестиційних проектів, встановити більш дієвий контроль використання кредитних коштів МФО. Зміцнення співпраці має стати важливою складовою економічної політики держави. Це буде сприяти подальшому розвитку національної економіки.

Список літератури:

1. Колосова В.П. Фінанси міжнародних інституцій в Україні: монографія/ В.П. Колосова. – Київ : Київ. Нац. торг. екон. ун-т, 2016. – 6 с.
2. International Monetary Fund. URL: https://www.imf.org/external/np/fin/tad/extrans1.aspx?memberKey1=993&endDate=2099-12-31&finposition_flag=YES(Дата звернення: 15.11.2021)
3. Колосова В.П. Щодо співпраці України зі Світовим банком. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-04/svitovyi-bank-1.pdf> (Дата звернення: 14.11.2021)
4. European Bank for Reconstruction and Development. URL: <https://www.ebrd.com/where-we-are/ukraine/data.html>(Дата звернення: 14.11.2021)

Волошин Д.П.

ДЕТЕРМІНАНТИ РИЗИКІВ МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТУВАННЯ У ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Здійснення міжнародної інвестиційної діяльності країнами в сучасних умовах стикається з викликами глобального середовища та потребує постійного вдосконалення механізмів управління ризиками. Цимобумовлено дослідження даної проблематики.

Більшість джерел сходяться у понятті, що ризик – це стан невизначеності, який може призвести до відхилення від цілі проведення тієї чи іншої діяльності, або до негативного результату. В той же час, ризик може й сприяти появі позитивних ситуацій, від яких буде додаткова нагорода, яка так і називатиметься – нагорода за ризик. Ризик інвестування – це вірогідність понести втрати у порівнянні із очікуваним доходом, від коштів, що були вкладені в інвестиційний проект [1].

За критерієм походження, ризики поділяються на економічні, технологічні, політичні, соціальні, правові та екологічні[2]. Економічні ризики безпосередньо впливають на інвестиції і до них відносяться: бізнес ризики, ризик інфляції, ризик відсоткових ставок, ризик ліквідності та ризик непостійності ринку[3].

Сам же процес управління ризиками починається із ідентифікації ризику, джерел його походження та типу, адже тільки після того, як мають бути досліджені усі виклики, з якими зіштовхнеться проект, можна перейти до етапу оцінки ризиків. Саме на цьому етапі відбувається оцінка міра ризиковості

проведення міжнародної інвестиційної діяльності, та можливих майбутніх втрат. Після ж оцінки ризиків, якщо є проект приймається, настає етап вибору стратегії до керування ризиками. Спочатку, можна було б відзначити управління фінансовими ризиками [4]: це форвардні або ф'ючерсні контракти. Інші способи стратегічного менеджменту, до якого відноситься уникнення ризиків дозволяє : повністю уникнути ризику, шляхом згортання проекту; зменшити обсяги інвестування, задля відповідного зменшення можливих втрат; локалізація або обмеження – зосередити зусилля лише на найбільш привабливих регіонах. Стратегія контролю на ринку, стратегія співпраці та розподілу ризику між зацікавленими партнерами, та, якщо мова йде про інвестиційний портфель: диверсифікація інвестицій у вигляді різних цінних паперів, цілей вкладання та території (географічна диверсифікація), та інше, задля збільшення кількості проектів, що мають найбільш вірогідний відсоток до успіху. Після етапу вибору стратегії слідує етап впровадження та спостереження, задля якомога швидкого реагування.

Аналіз іноземного інвестування в Україні дозволив виявити сальдо іноземних інвестицій України, яке на сьогодні становить 2,795 млрд. доларів [5], чому посприяли більше ніж 3,7 мільярдів доларів вкладень від закордонних інвесторів. Проте, якщо порівнювати із часами до пандемії, ці числа не є рекордними, але вказують на те, що навіть за таких непростих для світу часів, Україна є привабливим місцем, навіть при тих ризиках, що існують в нашій країні більше, ніж в інших. Найбільш цікавими сфера для інвестування вважаються: фінанси та страхування, ІТ сфера, а також професійна, наукова та технічна діяльності.

Дослідивши процес управління ризиками, можна сказати, що значна частина успіху залежить від правильності визначення джерел походження ризиків, а також шляхів, до їх оцінки. Після отримання даної інформації у інвестора має з'явитись повна картина того, що він або вона мають робити зі своїми проектами.

Україна в розрізі приваблення світових інвестицій має працювати над своїм іміджем, як країни, яка вміє, по-перше, реалізовувати проекти закордонних

інвесторів відповідно до встановлених умов та створювати позитивний інноваційний клімат, та шляхом законодавчих операцій полегшити доступ до ринків України іноземцям, при цьому не нехтуючи законністю даних операцій.

Список літератури:

1. HSBS: Investment risk. URL: <https://www.hsbc.com.hk/investments/articles/what-is-investment-risk/>
2. Про інвестиції. «Інвестиційні ризики». URL: <http://про-інвестиції.укр/інвестиційні-ризики/>
3. Investor.gov. What is risk? Url: <https://www.investor.gov/introduction-investing/investing-basics/what-risk>
4. Комплексний аналіз управління ризиками в галузі міжнародного бізнесу» (95-100). *Міжнародні економічні відносини та світове господарство* URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/6_1_2016ua/25.pdf
5. Мінфін. Прямі іноземні інвестиції. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/fdi/2021/>

Гринчук-Романов В.С.

СВІТОВІ ОФШОРНІ ЗОНИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Головною проблемою внутрішньої економіки країни є відтік капіталу. Це згубно позначається не тільки на ринку, але і на світовій економіці. В основному всі кошти, вивезені з країни, або розкидаються по різним банківським рахункам, або ввозяться в офшорні зони, що і переслідує ціль ускладнити відстеження потоку грошових коштів. Різноманітність систем, використовуваних у фінансових спекуляціях, велика кількість компаній різних типів в ланцюжку створення вартості і конфіденційність у зовнішній торгівлі не дозволяють точно розрахувати вартість нелегально вивезеного капіталу, але необроблені дані свідчать про важливість офшорного бізнесу в сучасній міжнародній торгівлі і зовнішньоекономічних операціях.

На даний момент в світі діють близько 60-65 країн, які є спеціалізованими офшорними юрисдикціями. Їх частка в світовому ВВП відносно невелика – 6,99%, а за мінусом промислового виробництва і сільського господарства, які не можуть ставитися до офшорного сектору, вона знижується до 6,54%. При цьому, близько 25% світового капіталу і до 60% фінансових потоків в світі проходять саме через офшорні зони. Китай, Гонконг та США входять до списку п'яти найбільших країн-

реципієнтів і країн-інвесторів 2020 р. Виходячи з даних звіту UNCTAD [1], США на сучасному етапі є одним з найбільших реципієнтів, обсяг інвестиційних угод яких склав 156 млрд дол. За ними йде Китай (149 млрд дол.) і Гонконг (119 млрд дол.), який є однією з найбільших офшорних зон в світі. Найбільшою країною-інвестором в 2020 році виступив Китай, який направив 133 млрд дол. інвестицій за кордон.

Щоб зареєструвати компанію в офшорній зоні, необхідно надати ксерокопію паспорта бенефіціарного власника компанії і заповнену анкету ідентифікації клієнта (процедура «ДьюДілідженс»). Конфіденційність інформації про власників компаній на території більшості офшорних зон гарантується відповідними законами, деякі з яких передбачають кримінальну відповідальність за розголошення імен бенефіціарів власників компаній. Якщо реєстрація офшору відбувається в одній з небагатьох країн, де інформація про власників є публічною, повна конфіденційність забезпечується послугами номінальних акціонерів і директорів. Кожній офшорній зоні характерна своя вартість реєстрації та щорічний внесок. Цей внесок має на увазі внесок в інфраструктуру «податкової гавані» і продовження функціонування фірми в даній зоні. В середньому час на реєстрацію компанії займає 14 днів.

Крім основних вимог, що пред'являються при реєстрації компанії в офшорній зоні, існує ряд додаткових послуг, вибірково необхідних в певних офшорних зонах, а саме:

- Надання номінального директора без довіреності;
- Надання номінального директора з довіреністю;
- Надання номінального акціонера з трастовою угодою;
- Certificate of Good Standing, Incumbency, etc.;
- Легалізація документів апостилом;
- Надання поштової адреси;
- Надання факсового / телефонного номера[2].

Щодо існуючих офшорних зон у світі, можна виділити наступні:

- Британські Віргінські острови (БВО) – це «класична» офшорна зона, розташована на Карибах.

– Сейшельські острови також є «класичною» офшорною зоною, групою островів в Індійському океані.

– Беліз – офшорна зона, що знаходиться між Гватемалою і Мексикою.

– Панама – одна з найстаріших світових офшорних зон. Вона знаходиться між Колумбією і Коста-Рікою і являє собою коротку частину перешийка, що з'єднує Північну і Південну Америку.

Таким чином, роль офшорних територій, безсумнівно, значно впливає на світову економіку. Компанії, які використовують офшорні юрисдикції, отримують суттєву перевагу як в області реєстрації своєї діяльності, так і в сфері оподаткування. Для розвинених і країн, що розвиваються офшорні зони становлять небезпеку, у зв'язку з тим, що їх використовують в якості «гаманця».

Список літератури:

1. World Investment Report 2021. UNCTAD. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2021_en.pdf
2. Фонд содействия развитию технологий и инфраструктуры интернет. URL: www.nbpublish.com.ru

Губенко О.Р.

ДИЗАЙН РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ

Вглобальній економіці платіжні системи є не просто важливою частиною фінансової інфраструктури економіки, а й інструментом для ефективного керування нею шляхом проведення грошово-кредитної політики. Глобалізація та технологічні інновації - дві найпоширеніші сили, що впливають на фінансову систему та її інфраструктуру. Можливо, ніде ці тенденції не виявляються так явно, як у інтернаціоналізації, тому дослідження ринку платіжних систем набуває важливого значення.

Платіжна система зазвичай класифікується як "оптова" або "роздрібна" в залежності від основного типу транзакцій, що обробляються в системі [1].

Оптові платіжні системи (LVPS) — це системи, призначені переважно обробки термінових платежів чи платежів великого номіналу. Роздрібні платіжні

системи призначені для обробки великого обсягу платежів низької вартості, таких як кредитні перекази, прямі дебети та карткові платежі.

В табл. 1 наведено аналіз застосування трьох типів систем, які зазвичай використовуються для проведення платежів на великі суми: системи RTGS, чекові клірингові палати і "інші" системи. Аналіз даних свідчить, що 91% країн використовують як мінімум одну систему RTGS. Системи валових розрахунків у режимі реального часу (RTGS) – це системи переказу коштів, в яких переказ грошей або цінних паперів здійснюється від одного банку до іншого в режимі "реального часу" і на "валовій" основі [2]. Варто відзначити, що країни з більш високим рівнем доходу частіше використовують систему RTGS.

Технологічні інновації, структурні зміни у банківській сфері та еволюція політики центральних банків – ось три основні причини останніх змін у сфері LVTS. Системи RTGS значною мірою замінили системи відкладених нетто-розрахунків (DNS). Однак високі потреби у ліквідності, пов'язані з RTGS, змусили деяких операторів систем вивчити механізми економії ліквідності та спонукали їх до розробки гібридних систем, частка яких зростає на ринку (див. Рис.1). Таким чином, валові розрахунки в режимі реального часу знижують розрахункові ризики, але призводять до збільшення потреби у внутрішньо-денній ліквідності згладжування несинхронізованих потоків платежів[3].

Таблиця 1

Системи, що використовують для LVTS[3]

Країни	RTGS		ССН		Інше	
	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%
Світ, всього (113)	103	91%	28	25%	18	16%
За доходом						
Високий дохід (43)	40	93%	5	12%	8	19%
Дохід вище середнього (33)	33	100%	7	21%	4	12%
Дохід нижче середнього (29)	24	83%	12	41%	4	14%
Низький дохід (8)	6	75%	4	50%	2	25%
За регіоном						
Східна Азія та Тихий океан (14)	11	79%	6	43%	1	7%
Європа та Центральної Азії (11)	10	91%	0	0%	1	9%
Латинська Америка та Карибський басейн (18)	16	89%	5	28%	5	28%
Близький Схід і Північна Африка (9)	8	89%	2	22%	1	11%
Південна Азія (6)	6	100%	3	50%	1	17%
Суб-Сахара (19)	16	84%	10	53%	4	21%
Євразія (19)	19	106%	0	0%	2	11%
Інші країни ЄС (8)	8	100%	1	13%	0	0%
Інші розвинуті країни (10)	9	90%	1	10%	3	30%

Гібридні системи використовують удосконалені алгоритми розрахунків, які поєднують у собі компоненти як нетто-розрахунків, і валових розрахунків як реального часу. Яскравими прикладами гібридних систем є RTGSplus у Німеччині, LVTS у Канаді, CHIPS у США та ParisNetSettlement (PNS) у Франції[3]. 2000 року цими системами було проведено 3 % платежів (рис.1). Перед RTGS припадало близько 50 % платежів, але в частку DNS - близько 45 %. До 2019 року частку гібридних систем припадало майже третину платежів, тоді як частку RTGS - майже дві третини.

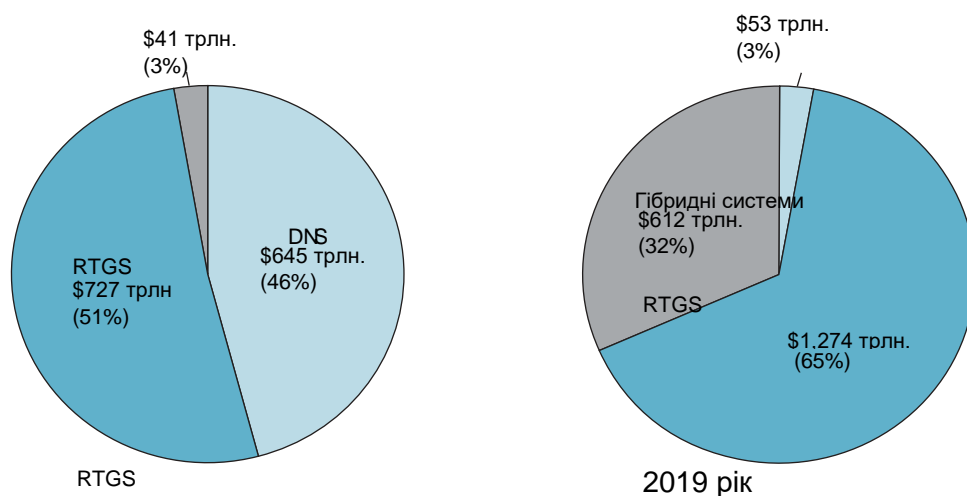


Рис. 1. Структура розподілу платежів на різні типи систем [3]

Отже, в сучасних умовах ландшафт у сфері платежів змінюється. Використання паперових чеків стрімко скорочується у більшості промислово розвинених країн світу. RTGS та гібридні системи витіснили інші типи систем. Хоча RTGS системи зараз є домінуючими, гібридні системи поступово витісняють попередні.

Список літератури:

1. Bank for International Settlements 2021. Annual Economic Report June 2021. URL: <https://www.bis.org/publ/arpdf/ar2021e.htm>. (Дата звернення: 12.11.2021)
2. WorldBank. PAYMENT SYSTEMS WORLDWIDE. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/115211594375402373/pdf/A-Snapshot.pdf>. (Дата звернення: 12.11.2021)
3. Deloitte. Economic impact of real-time payments RESEARCH REPORT. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/financial-services/deloitte-uk-economic-impact-of-real-time-payments-report-vocalink-mastercard-april-2019.pdf>. (Дата звернення: 12.11.2021)

НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РЕГУЛЮВАННЯ ПЛАТІЖНОГО БАЛАНСУ ДЛЯ УКРАЇНИ

Платіжний баланс визначають як фінансовий документ, який узагальнює операції між резидентами та нерезидентами протягом визначеного періоду. Він є одним з об'єктів державного регулювання. При виборі конкретних методів та інструментів регулювання платіжного балансу слід брати до уваги не тільки теоретичні положення його регулювання, а й специфіку розвитку країни, умови, що склалися в функціонуванні її грошово-кредитної і фінансової систем, обрані пріоритети економічної політики, а також тенденції розвитку міжнародних платіжних відносин.

Україні у формуванні сприятливої ринкової кон'юнктури, а також динаміки грошової складової товарів, фінансів та капіталу необхідна чітка, прозора та зважена політика, адже національному платіжному балансу характерна певна розбалансованість. Динаміку основних статей платіжного балансу України в 2016 - 6 місяців 2021 року представлено в Табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка основних статей платіжного балансу України в 2016 - 6 місяців 2021 року, млрд дол. США [2]

	2016	2017	2018	2019	2020	червень 2021
Сальдо поточного рахунку	-1,9	-3,5	-6,4	-4,1	5,3	-0,7
Товари	-6,9	-9,7	-12,7	-14,3	-6,8	-2,2
Послуги	0,5	0,9	1,3	1,8	4,4	1,8
Первинні доходи	1,0	1,6	1,3	1,9	3,5	-2,4
Вторинні доходи	3,6	3,6	3,7	6,5	4,1	2,1
Сальдо рахунку капіталу	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Сальдо поточного та капітального рахунків	-1,8	-3,5	-6,4	-4,1	5,3	-0,6
Сальдо фінансового рахунку	-3,7	-5,6	-7,6	-8,9	4,0	-0,3
Прямі інвестиції	-3,8	-3,7	-4,5	-5,2	0,1	-2,8
Портфельні інвестиції	-0,3	-1,8	-2,1	-5,1	0,8	-2,5
Інші інвестиції	0,4	-0,1	-1,1	1,5	3,1	5,0
Зведене сальдо	1,9	2,1	1,2	4,8	1,2	-0,4

Платіжний баланс України традиційно зводиться з профіцитним сальдо. На кінець 2020 року його зведено з профіцитом 1,2 млрд грн (8% від ВВП). Вагомий профіцит зведеного сальдо сприяв нарощенню міжнародних золотовалютних запасів України до 29,1 млрд доларів США у 2020 році. Накопичення валютних резервів, а при цьому і монетарна політика НБУ з приводу валютних курсів можуть як позитивно, так і негативно відбиватися на стані основних рахунків платіжного балансу[1].

На сьогоднішній день більшість індустріально розвинених країн світу має вільно діючі валютні ринки і вільно конвертовану національну валюту. Але для досягнення цих цілей свого часу багато з них вдалися до політики суворих валютних обмежень на проведення ефективних регулюючих заходів.

Лібералізація торгівлі та руху капіталу у США є показовим досвідом для України, оскільки це сприятиме активізації припливу інвестицій у різні галузі економіки, а також інтенсифікує торгівлю України з її основними партнерами. Основою успіху розвитку країн лідерів ЄС та стійкості їхнього платіжного балансу є великі капіталовкладення у НДДКР. Багато країн Європи підтримують субсидування досліджень і розробок, надають компенсації для компанії залучених до інноваційної діяльності.

Успіх політики розвинених азійських країн насамперед залежить від того, що уряди максимально інтегрують свої економіки у світове технологічне співтовариство. Одночасно податкова та інвестиційна лібералізація дозволила Японії, Кореї та Сінгапуру зайняти передові позиції у світовому рейтингу конкурентоспроможності. Азійські розвинені країни використовують переваги надлишку платіжного балансу регулювання і погашення своїх кредитних зобов'язань, зокрема зовнішнього боргу. [4]

Успішна та ефективне використання заходів регулювання платіжного балансу в Китаї сприяло його входження до ряду світових країн лідерів. Надлишок поточного рахунку Китай спрямовує на міжнародні інвестиції, будучи одним із найбільших девелоперів світової економіки. Досвід грошово-кредитної політики Індії сприяв підвищенню конкурентоспроможності її внутрішнього

виробництва, і стимулюванню експортних потоків. Висока інвестиційна привабливість, зокрема ІТ-сектору, сприяла розвитку Індії як ІТ-гіганта.

Країни Європи, що розвиваються, страждають від великої залежності від міжнародної торгівлі, тому вони вразливі до коливань в економіках сусідніх країн, зміни світових цін та кон'юнктури ринків. Успішним є досвід активного співробітництва державного та приватного секторів, висока децентралізація, приватизація великих підприємств, значні інвестиції в освіту. Весь комплекс представлених заходів сприяв зміцненню їх регіональних позицій, вирощуванню кваліфікованої робочої сили та забезпечення постійних притоків інвестицій. [4]

Таким чином, зазначені заходи державного регулювання є базовим комплексом для підвищення експортного потенціалу України та вирівнювання платіжного балансу. Для можливості здійснення всіх вищезгаданих регулюючих політик потрібна значна підтримка з боку держави, суттєве внутрішнє фінансування та значні інвестиції, зокрема, в науку, освіту та інші економікотвірні сектори.

Список літератури:

1. Державний комітет статистики / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Національного банку України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/>.
3. Статистика зовнішнього сектору України / [Електронне ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/statistic/sector-external/data-sector-external>
4. BalanceofPaymentsStatisticsYearbook. - Washington: IMF, 2020. - P.XVI.
5. Internationalreserves IMF / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.imf.org/?sk=2DFB3380-3603-4D2C-90BE-A04D8BBCE237&s>

Колбаса Є.В.

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ

В сучасній економіці за останній десяток років з'явилась низка фінансових інновацій, що суттєво вплинули на структуру та діяльність фінансового ринку. Однією з таких фінансових інновацій, що здійснили суттєвий вплив на світову економіку та світовий фінансовий ринок, є поява та поступовий розвиток криптовалют. Криптовалюта – це відносно нове явище у сучасній економіці, що

являє собою різновид цифрової валюти, що емітується та управляється в автоматичному режимі децентралізованою платіжною системою. Криптовалюти засновані на технології блокчейн, яка підвищує надійність та безпеку проведення операцій з криптовалютами. Дохід від емісії криптовалют може розподілятися між учасниками так званого «майнінгу», тобто створення криптовалюти шляхом надання обчислювальних потужностей комп'ютерів для створення окремих цифрових монет, або створення криптовалют може бути централізованим, коли весь дохід від створення криптовалюти отримує її розробник.

Після швидкого зростання курсу біткойна як основної криптовалюти у світі з кінця 2017 року до сьогодні до ринку криптовалют в цілому прикута увага не тільки фінансистів, але й великої кількості рядових інвесторів. Швидке зростання популярності криптовалют як фінансового активу для інвестування та спекуляцій, а також зростання капіталізації ринку криптовалют до сотень мільярдів доларів США, призвело до того, що постало питання про інституціоналізацію ринку криптовалют як в окремих країнах, так і у світовому масштабі.

Оскільки тема криптовалют відносно нова у світовому науковому просторі, то лише окремі наукові праці, зокрема, Л.А.Дудинець [1], М.Свон [2], О.Примостка [3], Б.Каріяппа [4] та ін., висвітлюють теоретичні та практичні аспекти функціонування віртуальних валют та їхнього місця у сучасних грошових системах, а тому ця проблематика має важливе значення як з теоретичної, так і з практичної точок зору. У роботах вище зазначених авторів досліджується в основному проблема функціонування криптовалют, феномен їх вартості та привабливості для фінансових операцій та проблеми довіри до криптовалют у порівнянні з довірою до традиційних грошових одиниць різних країн [1]. При цьому питання інституціоналізації ринку криптовалют та його проблем, практично не досліджуються, отже, дана проблема є малодослідженою та актуальною. Проте, більшість дослідників вважає, що найбільші та найважливіші економіки світу не зацікавлені в інституціоналізації ринку

криптовалют на глобальному ринку, оскільки криптовалюти виступають в якості прямих конкурентів традиційним національним валютам [2]. У результаті емісії криптовалюти, зменшується сеньйораж Центральних банків провідних розвинених країн світу. На думку М.Свон повноцінної інституціоналізації глобального світового ринку криптовалюти провідні економіки світу не допустять у найближчій перспективі. В свою чергу, О.Примостка зазначає, що криптовалюти мають високу волатильність, що веде до ризиків зміни доходу, а відповідно їх інституціоналізація в якості платіжного засобу не може бути здійснена [3]. Це означає, що використання криптовалюти в якості платіжного засобу при оплаті покупок можливо лише у високо доходних видах діяльності, таких, як торгівля наркотиками та здійснення інших незаконних транзакцій, для яких ризик втрати декількох відсотків виручки внаслідок знецінення криптовалюти є несуттєвим. Тому криптовалюти можуть бути інституціоналізовані лише в якості фінансових активів, торгівля якими буде вестись на спеціальних або фондових біржах [4]. Але в такому разі криптовалюта не буде виконувати роль повноцінних грошей, виконуючи роль вкрай ризикових та незабезпечених фінансових активів, які не приносять пасивного доходу (процентів або дивідендів).

Сьогодні нормативно-правове регулювання криптовалют, знаходиться на початковому етапі легалізації в національно-правових системах окремих країн, при цьому це далеко не безболісний процес, оскільки виникає низка труднощів.

Список літератури:

1. Дудинець Л.А. Розвиток фінансових технологій як фактор модернізації фінансової системи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Випуск 22. С. 794-798.
2. Свон М. Блокчейн: Схема нової економіки. Москва: Олимп-Бизнес, 2017. 240 с.
3. Примостка О. Проблеми та перспективи інституційного регулювання ринку криптовалют. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 5. С. 69–80.
4. Kariappa V. *The Blockchain Alternative: Rethinking Macroeconomic Policy and Economic Theory*. New York : Apress, 2017. – 272 p.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ РЕСУРС ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Глобалізація інтелектуальних ресурсів, становлення глобальних ринків інтелектуальної праці, прав і продуктів інтелектуальної власності стає провідним трендом економічного і цивілізаційного розвитку. Одночасно має місце нееквівалентний міжкраїновий інтелектуальний обмін, обумовлений багато в чому олігополізацією ринків у науково-патентній сфері, групою провідних країн – технологічних лідерів, що загострює традиційні і породжує нові проблеми, дисбаланси і асиметрії [1, с.89].

Конкурентний успіх країн на глобальному ринку, їх технологічний і соціальний прогрес визначається здатністю розвивати особистісний, корпоративний і національний інтелектуальний капітал. В ринковій економіці його основу становить інтелектуальна власність, що використовується практично в усіх видах діяльності суб'єктів бізнесу і є невичерпним ресурсом розвитку на відміну від природних та матеріальних ресурсів. Взаємодія інтелектуального, людського та соціального капіталу на сучасній інформаційно-комунікаційній основі динамізує розвиток нових найбільш ефективних секторів глобальної економіки, створює передумови формування мережевого капіталу [1, с.105].

Варто зазначити, що інтелектуальний капітал став темою великих дискусій в результаті впровадження нової економіки. Ця так звана нова економіка, також відома як економіка знань, перемістила увагу на нематеріальні активи, якими володіють організації, та на те, як ними керують. Більш того, для організацій, що працюють у рамках нової економіки, інтелектуальний, а не фізичний капітал, вважається найбільш цінним активом. Причина, чому інтелектуальний капітал вважається цінним, пов'язана з фактом що нематеріальні активи мають більший вплив на створення певної цінності компанією, ніж матеріальні. Для того, щоб ці організації залишалися конкурентоспроможними, необхідно застосовувати системний підхід до управління інтелектуальним капіталом [2, с.3].

Розглядаючи інтелектуальний ресурс з іншого боку, як результат діяльності освітніх систем, слід виходити з того, що для економічної теорії методологічно важливою є ідентифікація джерел глобального розвитку. Саме інтелектуальний ресурс стає ресурсом соціально-економічного розвитку, адже його природа базується на людині, яка має творчі здібності до перетворення даного природою матеріального світу, а також на відносинах, в які вступають люди в соціумі. Оскільки джерела є об'єктами, на які спрямовані дії суб'єктів, то інтелектуальні ресурси не здатні відігравати самостійної ролі в економіці. Вони перебувають у розпорядженні системи та використовуються для досягнення конкретних цілей економічного розвитку. Через те що поки немає узвичаєного трактування, яке б охоплювало всі аспекти економіки знань, то показники, що використовуються для міжнародних порівнянь, мають як переваги, так і недоліки. Для уможливлення міжнародних порівнянь інтелектуальних ресурсів переважно використовують показники, що кількісно характеризують діяльність щодо об'єктів інтелектуальної власності. Однак коло індикаторів, що застосовуються в економіці знань, є ширшим, зокрема вживаються показники діяльності знаннево інтенсивних галузей, інтелектуального капіталу, людських компетенцій, процесів та інновацій, тощо. Серед характеристик економіки знань, що найбільше взаємозв'язані з розміром ВВП на одну особу, вагомим є інтелектуальний капітал.

Слід зауважити, що коли йдеться про порівняння суті категорій інтелектуальний капітал та інтелектуальний ресурс, відбувається певна підміна суб'єкта, щодо якого вони мають розглядатися. Аналогічне методологічне питання виникало й до чіткого розмежування політичної економії та економічної теорії. Поняття «інтелектуальний капітал» з'являється тоді, коли на інтелектуальний ресурс починають дивитися з позиції інтересів певного суб'єкта. Домінування капіталістичного устрою в глобальній економіці накладає свій відбиток, однак ідентифікація інтелектуального капіталу як одного з результатів діяльності науково-освітніх систем дає можливість зрозуміти адекватність і необхідність інвестицій у формування капіталу, з одного боку, а з другого — урегулювання питання його привласнення, обігу та захисту [3, с.113-114].

Список літератури:

1. Лук'яненко О. Інтелектуальний капітал в структурі глобальної економіки / О. Лук'яненко, І. Дворник, Д. Колечко., ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2018. – 109 с.
2. The Effect of Intellectual Capital on Organizational Performance: The Mediating Role of Knowledge Sharing / Scientific Research Publishing. – 2016. – Рр. 1-27.
3. Ільницький Д.О. Глобальна конкуренція в науково-освітньому просторі: [монографія] / Д.О.Ільницький. – ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2016. – 445 с.

Лаговська Д.О.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Досягнення цілей сталого розвитку є основною метою для країн, міжнародних, національних організацій та також і для підприємств. Корпоративна соціальна відповідальність стала дієвим інструментом у контексті досягнення цієї мети. Хоча формування та впровадження КСВ на макро- та мікро- рівнях потребує подальшого дослідження для оцінки її ролі у бізнес-середовищі, попередні результати свідчать про позитивний вплив таких зрушень. Інтеграція України у світове співтовариство змушує вітчизняні інституції долучитися до пошуку механізму реалізації цілей сталого розвитку владою, бізнесом та суспільством, що актуалізує питання вивчення, адаптації та запровадження зарубіжного досвіду КСВ у вітчизняну практику.

Метою роботи є визначення взаємозв'язку корпоративної соціальної відповідальності з формуванням стратегій досягнення цілей сталого розвитку багатонаціональними підприємствами.

Питання корпоративної соціальної відповідальності вже набуло значного висвітлення в науковій літературі. Цей аспект досліджували такі українські науковці, як Ю. Бурлакова, Ж. Балабанюк, О. Сохацька, М. Войчук, О. Лазоренко, Р. Колишко, Т. Драбчук. Вагомий вклад у дослідження становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності також внесли вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме І. Акімова, Ю. Благов, Т. Бредгард, Ф. Євдокімов, А. Керолл, Ф. Котлер, П. Друкер, С. Сезі, М. Фрідмен, Ф. Хедоурі,

С. Літовченко, М. Мескон, Дж. Мун, Г. Назаров, М. Дейч. Не зважаючи на велику кількість робіт присвячених цій темі, КСВ є доволі молодим терміном та потребує більш глибокого дослідження.

У дослідженні застосовувались загальноживані в економічній науці методи: теоретичний, порівняльний та ретроспективний аналіз - для виявлення теоретичних основ КСВ; узагальнення - щоб вдосконалити методологічні підходи до аналізу концепції КСВ в рамках сталого розвитку. Подібні дослідження проводяться шляхом аналізу діяльності підприємств та результатів цієї діяльності. Вони часто проявляються у вигляді покращення іміджу компанії за рахунок вирішення «внутрішніх» проблем компанії та «зовнішніх» гострих соціальних проблем населення.

Відповідно до ISO 26000, КСВ визначається за наступними аспектами: відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту чи послуги, до споживачів, найманих працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що складається з гармонійного співіснування, взаємодії та постійного діалогу з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем. Отже, ця концепція заохочує компанію враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, керівників, службовців, громаду та навколишнє середовище різними способами. Важливим атрибутом корпоративної соціальної відповідальності є ефективне корпоративне управління, висока репутація компанії, участь у соціальних програмах, стабільний розвиток компанії [5].

Корпоративна соціальна відповідальність на сучасному етапі розвитку може впливати на будь-яку сферу життя та діяльності людини. За рахунок цього КСВ допомагає в досягненні усіх цілей сталого розвитку зазначених на порядку денному. Але все ж таки, переважна більшість реалізаторів КСВ обирають підтримку таких цілей як: гарне здоров'я та благополуччя, якісна освіта, зменшення нерівності, відповідальне споживання і збереження клімату та екосистем. Окремі підприємства також можуть робити акцент та цілях ліквідації бідності та голоду, гендерної нерівності, підтримці інновацій та економічного росту.

Виходячи з цього, концепція КСВ розглядається як інструмент досягнення цілей сталого розвитку. Обмін та впровадження найкращих практик КСВ у такій перспективі можна розглядати не лише як засіб досягнення, але і елемент стратегічного управління сталим розвитком. Не рідко КСВ стає навіть маркетинговим засобом. Визначення та оптимізація стратегії стійкого розвитку передбачає побудову національної моделі КСВ на основі однакових правил соціальної відповідальності для всіх учасників соціальної взаємодії: від держави до споживача. Беручи до уваги важливість запровадження стандартів КСВ як основи сталого розвитку, головним пріоритетом державної регуляторної політики має стати вдосконалення законодавчої бази, спрямованої на створення юридичних принципів, що заохочують компанії та організації розробляти стратегії соціальної відповідальності [4].

Конференція Організації Об'єднаних Націй з навколишнього середовища та розвитку (UNCED), Саміт Землі, організований у Ріо-де-Жанейро в 1992 році, став першим кроком, якій мав на меті посилення ролі основних бізнес одиниць у сталому розвитку.

Згідно з оцінкою, багато малих та великих підприємств зробили "зелений бізнес" новою формою діяльності. Однією з бізнес-цілей, записаних у цій резолюції, було посилення взаємодії з основними групами шляхом цілеспрямованого діалогу з метою збору інформації та підтримки практик сталого розвитку та сприяння корпоративній відповідальності та підзвітності бізнесу [2].

Результати Саміту ООН зі сталого розвитку 2015 року (Нью-Йорк) були опубліковані в документі, що трансформує наш світ: Порядок денний сталого розвитку до 2030 року. У перших реченнях документа підкреслюється, що "всі країни та всі зацікавлені сторони, що діють у партнерстві та співпраці", повинні реалізовувати план сталого розвитку для досягнення визначених 17 Цілей сталого розвитку та 169 цілей, що стимулюють дії у найближчі 15 років. У рамках Глобального партнерства для сталого розвитку діловий сектор, що переходить від мікропідприємств до кооперативів та транснаціональних компаній, повинен

сприяти зміні нестабільних моделей споживання та виробництва за рахунок інвестицій, інновацій, створення робочих місць, дотримання міжнародних стандартів прав людини, охорони навколишнього середовища та охорони здоров'я [3, с. 8, с. 14, с. 28-29].

Взаємозв'язок між сталим розвитком та КСВ не залишається лише на теоретичному рівні. Крім того, все більше практичних ініціатив свідчать про те, що компанії відіграють все більшу роль у сталому розвитку. Це дослідження є основою для подальших досліджень, метою яких є вивчення того, як найбільші компанії у світі вносять свій внесок у досягнення сталого розвитку завдяки своїй діяльності з КСВ.

Список літератури:

1. Войчук М., Соціальна відповідальність як інструмент досягнення цілей сталого розвитку [Текст] : стаття у International Journal of New Economics and Social Sciences №2(8) · December (Грудень) 2018, - 190 с.
2. Генеральна асамблея ООН (1997). Програма для подальшого впровадження Порядку денного 21. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.un.org/documents/ga/res/spec/aress19-2.html>
3. Генеральна асамблея ООН (2015). Трансформуємо наш світ: Порядок денний сталого розвитку до 2030 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E
4. Сохацька О.М. Формування нової парадигми корпоративного управління в глобальному середовищі. Корпорації та інтегровані структури: проблеми науки та практики, [Текст] : INZhEK, ст. 75–97.
5. ISO 26000 (2010). [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

Малецький Д.Р.

СТИМУЛЮВАННЯ АВТОМОБІЛЬНИХ БНП ДО ІННОВАЦІЙ

Автомобільна промисловість є однією з галузей промисловості, що найбільш динамічно розвиваються в технічному плані. За останні 10 років витрати великих автомобільних компаній на НДДКР збільшувалися з року в рік.

Винятком були дворічне падіння 2010-2011 роках, яке пов'язане з необхідністю усунення наслідків кризи, а також нестабільність через наслідки пандемії COVID-19 в 2020-2021 роках.

За десятирічний період обсяг коштів, спрямованих на дослідження та розробки у цій галузі, збільшився з 70 млрд дол. у 2005 році до 105 млрд дол. у 2014

році[1]. За обсягом витрат на НДДКР автомобілебудування поступається лише електронній промисловості та охороні здоров'я.

Максимальними витратами на НДДКР у 2019 році традиційно відзначилися компанії, що базуються у країнах ЄС (50 млрд євро), Японії (29 млрд євро) та США (17 млрд євро). Найвищу патентну активність у 2017 р. мали німецькі (32% всіх схвалених патентів у галузі), японські (23%), французькі (11%), американські (11%) автовиробники[2]. Серед автокомпаній, що розглядаються в дослідженні, найбільш інтенсивною діяльністю в області НДДКР вирізняється Volkswagen Group.

Першим важливим фактором, що стимулює компанії до інновацій, є постійний тиск конкурентів. Кожен з них прагне покращити якість своєї продукції, розширити асортимент і скоротити час, що витрачається від стадії розробки нової моделі до її виходу на ринок. Різні обмеження, які призводять до потреби задоволення більш жорстких умов, також змушують компанії посилювати свою інноваційну активність.

Нові вимоги щодо захисту навколишнього середовища або людської безпеки під час експлуатації автотранспортних засобів змушують виробників переглядати та змінювати свою стратегію в цій галузі.

Третім не менш важливим фактором можна вважати постійно зростаючі запити та очікування споживачів, а також їхнє прагнення до індивідуалізації. Сучасний рівень розвитку технологій дозволяє задовольняти будь-які уподобання та створювати унікальні автомобілі для кожного конкретного замовника.

Найважливішу роль серед усіх напрямів НДДКР відіграє екологічний аспект та необхідність переходу на альтернативні джерела енергії для автомобілів [4]. Ця тенденція обумовлена обмеженістю паливних ресурсів та шкодою, яку завдають викиди транспортних засобів на традиційних двигунах клімату, навколишньому середовищу та здоров'ю людей.

З огляду на те, що неясно, яка з технологій буде найбільш перспективною і затребуваною в довгостроковій перспективі, провідні автовиробники змушені

вести спільні розробки з метою економії і при цьому інвестувати відразу за декількома напрямками[5].

Крім екології експлуатації, значну увагу європейські компанії приділяють екології виробництва, особливо на території країн ЄС. При цьому, якщо вимоги до екологічності автомобілів стрімко стають все жорсткішими і автовиробникам доводиться докладати значних зусиль, щоб їх задовольняти, то при будівництві нових заводів у ЄС компанії заздалегідь роблять виробництво автомобілів більш екологічно чистим та енергоефективним, ніж вимагають існуючі норми [6].

Крім активного інвестування в НДДКР з метою підтримки конкурентоспроможності, ключовим вектором стратегій автомобільних компаній на сучасному етапі є освоєння ринків, що динамічно розвиваються.

Особливо, це актуально для європейських автовиробників, де «домашній» ринок досяг стадії зрілості і попит не відрізняється високими темпами зростання. Таким чином, європейські компанії, маючи прагнення підкорити нові ринки, приділяють багато уваги інноваційності власної продукції.

Список літератури:

1. The 2014 Global Innovation 1000. Automotive industry findings [Електроннийресурс] / PWC. – URL: <http://www.strategyand.pwc.com/reports/auto-industry-findings> (датазвернення: 13.11.2021)
2. The Automobile Industry Pocket Guide, 2017-2018 [Електроннийресурс] / ACEA. – URL: http://www.acea.be/uploads/publications/ACEA_Pocket_Guide_2017-2018.pdf (датазвернення: 11.11.2021).
3. The 2018 Global Innovation 1000 study [Електроннийресурс] / PWC. – URL: <https://www.strategyand.pwc.com/innovation1000> (датазвернення: 13.11.2021).
4. Баронина Ю.А. Безуглеродный вектор развития европейского автомобилестроения // Мировая энергетика: основные тенденции, динамика, перспективы. Под ред. С.В. Жукова – М.: ИМЭМО РАН, 2018. – С. 13-19.
5. Grapper J. Software is steering auto industry [Електроннийресурс]. Financial Times – URL: <https://www.ft.com/content/dce10162-b5f1-11e4-a577-00144feab7de> (датазвернення: 13.11.2021).
6. The Hydrogen Council [Електроннийресурс] – URL: <http://hydrogencouncil.com> (датазвернення: 13.11.2021).
7. The Automobile Industry Pocket Guide, 2017-2018 [Електроннийресурс] / ACEA. – URL: http://www.acea.be/uploads/publications/ACEA_Pocket_Guide_2017-2018.pdf (датазвернення: 13.11.2021).

ДЕТЕРМІНАНТИ КОНКУРЕНТНОГО ЛІДЕРСТВА МЕГАПОЛІСІВ ТА АСИМЕТРІЇ ЇХ РОЗВИТКУ

У зв'язку зі зростанням ролі мегаполісів у генеруванні глобального валового внутрішнього продукту та можливостей реалізації цілей сталого розвитку ООН, а також їх поступальним економічним розвитком, вони стають повноправними суб'єктами міжнародних економічних відносин, які завдяки своїй діяльності, слугують локомотивом рушійних змін у світовій економіці. Мегаполіси генерують понад 30 трильйонів доларів щорічно, що становить 35% світового ВВП і зосереджують 9% населення світу [3].

Метою роботи є дослідження основних детермінантів конкурентоспроможності мегаполісів, визначення асиметрій та перспективи розвитку.

Для проведення дослідження було зібрано та систематизовано дані по обраній темі. У роботі використано такі наукові методи дослідження як: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, комплексна оцінка. Здійснено бенчмаркінг міст за авторитетним міжнародним виданням експертів ООН: «Global Urban Competitiveness Report (2019-2020) The World: 300 years of transformation in tocity».

Питання конкурентоспроможності мегаполісів досліджували такі зарубіжні та вітчизняні науковці як: Дж. Гелбрейт, Л. Антонюк, М. Камія, М. Кастельс, Н. Пенфей, П. Друкер, С. Е. Шмельовта багато інших.

На сьогодні не існує загальноприйнятих визначень конкурентоспроможності мегаполісів. Більшість дослідників виокремлюють сукупність різних факторів, що визначають рівень стійкої продуктивності міст. Гостра конкурентна боротьба мегаполісів висуває на перший план проблему конкурентоспроможності та її основних детермінант - інфраструктури, економічного розвитку, рівня освіти та медицини, науково-технологічного розвитку, залучення інвестицій тощо.

Найбільш конкурентними містами з економічної точки зору є Нью-Йорк, Лондон, Сінгапур, Шеньчжень, Сан-Хосе; зі сталої конкурентоспроможності: Сінгапур, Токіо, Нью-Йорк, Лондон, Сан Франциско (табл. 1)

Позиції мегаполісів у рейтингах конкурентоспроможності

	Top 20 for UN Sustainable Development Goals (SDGs) ¹	Top 200 for Economic Competitiveness	Top 200 for Sustainable Competitiveness
Нью-Йорк	1	1	3
Лондон	2	2	4
Сінгапур	5	3	1
Шеньчжень	n/a	4	19
Сан-Хосе	n/a	5	33
Токіо	3	6	2

Джерело: складено автором на основі [1]

Нью-Йорк, Лондон та Сінгапур входять до ТОПу кращих міст світу. В той час, коли Токіо є другим містом за сталою конкурентоспроможністю і шостим за економічною.

Асиметричність конкурентного розвитку міст проявляється у диспозиції міст за такими критеріями: рівень демократії, якість освіти, охорона здоров'я, відкритість економіки тощо. В країнах-членах ОЕСР запропонована загальна стратегія розбудови розумних міст: «Smart Cities and Inclusive Growth», що прагне поєднати ефективність та соціальну включеність, щоб забезпечити кращі можливості для життя [4]. У США у вересні 2019 року ухвалено Закон про розумні міста та громади. Закон має на меті просувати розумні системи та технології, які призначені для зменшення заторів і уповільнення забрудненості повітря [5].

Нью-Йорк лідирує у «розумній революції». Завдяки ініціативам, уряд міста впровадив різноманітні розумні інновації, щоб зробити управління відходами та електроенергією більш стійкими. Вашингтон також є лідером у США щодо впровадження спеціалізованих програм, що використовуються для ефективнішого спрямування руху та визначення сфер для моніторингу та бенчмаркінгу кращих світових практик щодо розвитку розумних міст. Сан-Франциско є лідером у розвитку зелених будівель, маючи вже понад 300 сертифікатів [6].

¹Цілі сталого розвитку

Конкуентоспроможність міст залежить від його здатності гнучко реагувати та ефективно адаптуватися як до зовнішніх, так і внутрішніх викликів, водночас створювати нові економічні можливості.

Найбільш конкурентоспроможні міста відповідно до проаналізованих рейтингів є Лондон, Нью-Йорк, Сінгапур. На сьогодні розробляють нові інноваційні програми та стратегічні пріоритети щодо впровадження нових технологій, високотехнологічних проєктів «розумних міст» задля високих стандартів життя населення та реалізації Цілей сталого розвитку ООН.

Список літератури:

1. Global Urban Competitiveness Report (2019-2020) The World: 300 years of transformation into city, Marco Kamiya, Ni Pengfei, [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://unhabitat.org/sites/default/files/2020/10/global_urban_competitiveness_report_2019-2020_the_world_300_years_of_transformation_into_city.pdf
2. Stanislav E. Shmelev. Multidimensional sustainability benchmarking for smart megacities [Електронний ресурс] // Elsevier. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275118305080>.
3. Megacities: the drivers of global growth generate 35% of the world's GDP. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.themds.com/markets/megacities-the-drivers-of-global-growth-that-generate-35-of-the-worlds-gdp.html>.
4. Smart Cities and Inclusive Growth – OECD 2020, [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.oecd.org/cfe/cities/OECD_Policy_Paper_Smart_Cities_and_Inclusive_Growth.pdf
5. Congress.gov [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.congress.gov/>.
6. Top 10 Innovative Smart Cities in the USA [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://iotmktg.com/top-10-innovative-smart-cities-in-the-usa/>.

Назаренко А.В.

СЕЛЕКТИВНИЙ ХАРАКТЕР ІМІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН-ЧЛЕНІВ ЄВРОСОЮЗУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ПАНДЕМІЇ

Надмірна міжнародна міграція є однією серед шести найзначніших загроз глобальній безпеці людства у 21ст. за висновками програми розвитку ООН (UNDP) [1, с. 34]. Виходячи з цього, постає нагальна потреба у розробці міграційної політики, котра була б ефективною в сучасних умовах. Міграційна політика є комплексом законодавчих, організаційних, адміністративних, фінансово-економічних заходів, спрямованих на регулювання в'їзду в країну і виїзду з країни населення (зокрема, робочої сили). За допомогою цієї політики

держава цілеспрямовано впливає на регулювання міграційних процесів з точки зору національних пріоритетів, кількісного та якісного складу мігрантів.

Незважаючи на те, що регулювання міграційних потоків через державні кордони є виключним правом окремих держав, до пандемії COVID-19 воно відбувалось в умовах посилення всесвітньої взаємозалежності через форми різноманітних міжнародно-правових домовленостей, які є проявом міжнародної солідарності, поваги до прав людини. Проте пандемія COVID-19 внесла суттєві зміни в сприйнятті країнами світу міграційних викликів – на початку 2020 р. понад 150 держав закрили свої кордони і як результат мільйони людей не змогли виїхати на заробітки за кордон, а сотні тисяч працедавців залишились без необхідної робочої сили [2]. Мігранти перші відчули на собі вплив пандемії на економіку, оскільки багато з них потрапили в пастку невизначеності та нестабільності. Мігрантів примусово повертали, затримували під час транзитних переміщень, відмовляли у допомозі через обмежений доступ до певних територій, утримували під вартою через їхній міграційний статус тощо [3].

Одним із найістотніших наслідків поширення коронавірусної інфекції стало обмеження мобільності людей. Внаслідок закриття національних кордонів країн Шенгенської зони зупиняється дія "чотирьох свобод" усередині ЄС, тобто вільне переміщення товарів, послуг, капіталу та людей. Незважаючи на те, що заходи, спрямовані на відновлення національних та адміністративних кордонів між країнами-членами ЄС, кожна держава змушена насамперед дбати про здоров'я та безпеку своїх громадян, оскільки ситуація загострюється з кожною новою хвилею пандемії.

Одним із завдань міграційної політики Євросоюзу стає адаптація систем управління міграцією до ситуації, коли переміщення мігрантів за межі країни (як примусово, так і добровільно) неможливе. Країни-лідери ЄС дійшли до відносного консенсусу стосовно того, що легальні процедури мають бути тимчасово спрощені або відкладені, а мігрантам мають надаватися альтернативні варіанти інтеграції в умовах самоізоляції.

Проте міграційна політика країн-членів ЄС має доволі селективний характер. Таким чином урядом Данії було призупинено усі інтеграційні програми,

включаючи мовні курси. Водночас було продовжено терміни складання іспитів на отримання посвідки на проживання та спрощено вимоги до претендентів на статус резидента, що вже перебувають у країні [4].

Одночасно у Франції було припинено видачу нових видів на проживання, а поточні дозволи автоматично продовжено на 3 місяці. Припинено також процедури надання притулку мігрантам. У Німеччині 1 березня 2020 р. було ухвалено новий закон про імміграцію, що спрощує міграцію до Німеччини кваліфікованих фахівців; підіймалися питання про створення окремих квот для набору тимчасових працівників-іноземців у різні сектори економіки під час карантину [5]. В Іспанії також посвідки на проживання автоматично пролонгували на час карантину, проте програми допомоги біженцям продовжувалися автоматично без надання нових документів; було тимчасово припинено депортацію.

Проте заходи міграційної політики Угорщини мають інший характер. Тут запроваджено безстроковий надзвичайний стан. По суті прем'єр-міністр В. Орбан використав ситуацію з пандемією для легалізації авторитаризму. Розширено повноваження уряду; запроваджено жорсткі обмеження на в'їзд; іноземці, які порушують вимоги епідеміологічного контролю, можуть бути депортовані. На відміну від більшості європейських країн, Угорщина автоматично не продовжує дозволу на перебування та роботу для іноземців. Компенсації тим, хто втратив роботу через пандемію, відсутні [6].

Також вантиліберальному ключі діє Мальта: іноземці, що порушили карантин, можуть бути депортовані; підлягають депортації іноземці, котрі втратили роботу. Міграційне відомство призупинило прийом будь-яких клопотань від людей, які перебувають за межами країни. Крім того, низка країн ЄС закрили центри тимчасового утримання біженців і сервіси, що існували при них, через загрозу локальних спалахів COVID-19, не створивши при цьому доступної для мігрантів альтернативи [7].

Як висновок хочу зазначити, що загальна тенденція полягає у тому, що більшість держави Євросоюзу спрощують легальні процедури та автоматично

продовжують необхідні мігрантам документи. Слід зазначити, що селективний характер імміграційної політики країн-членів Євросоюзу в умовах глобальної пандемії обумовлений тим, що кожна з держав діє в інтересах безпеки та захисту здоров'я своїх громадян. При цьому основне навантаження щодо інформування мігрантів та роботи з спільнотами лягає на НКО, а соціальні гарантії для мігрантів у період карантину опрацьовані слабо.

Список літератури:

1. United Nations Development Programme (UNDP). New York, 1994.
2. Малиновська О. Міграція і коронакриза. Міграція. 2020. №6(220). С.12.
3. Пандемія і міграція. Як пандемія COVID-19 впливає на трудових мігранток? URL: <https://www.ppl.org.ua/pandemiya-i-migraciya-yak-pandemiya-covid-19-vplivaye-na-trudovixmigrantok.html>.
4. Denmark – New hotline in 25 languages about coronavirus // EU. URL: <https://ec.europa.eu/migrant-integration/news/denmark-new-hotline-in-25-languages-about-coronavirus>
5. Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Fachkräfteeinwanderung nach Deutschland erwartet // EU. URL: <https://ec.europa.eu/migrantintegration/news/auswirkungen-der-corona-pandemie-auf-diefachkrafteeinwanderung-nach-deutschland-erwartet>
6. Impact of government measures related to the coronavirus on thirdcountry nationals in Hungary // EU. URL: <https://ec.europa.eu/migrantintegration/news/impact-of-government-measures-related-to-the-coronavirus-on-third-country-nationals-in-hungary>
7. Avoiding a COVID-19 Migration Crisis // Syndicate. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/covid19-could-fuel-migration-crisis-by-md-shahidul-haque-2020-04>

Некрасова Ю.А.

ФОРМУВАННЯ КРИПТОВАЛЮТНОГО СЕГМЕНТУ ГЛОБАЛЬНОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ

Міжнародний глобальний фінансовий ринок продемонстрував свою крайню нестабільність в період світової фінансової кризи 2008-2009 років. Саме тоді довіра до основної світової валюти - американського долара, послабшала і в суспільстві з'явилися ідеї щодо створення нових валют. Тоді почала формуватися пірингова платіжна система «Bitcoin» та вперше почав звучати термін «криптовалюта».

Сьогодні пройшло більше десяти років з того часу, це з одного боку немало, зважаючи на різні події, які траплялися з міжнародним фінансовим ринком за цей час, але й небагато, беручи до уваги можливе повне переосмислення ролі паперових грошей у світі, що в свою чергу потребує дійсно дуже великого

проміжку часу. Проте як би там не було, досі з приводу цього питання залишається більше невідомого, ніж відомого. Ринок криптовалют... Чи замінить він сучасні гроші, чи змінить він світ в цілому, і чи варто його взагалі вважати безпечним та мати з ним справу? На це неоднозначне питання немає однозначної відповіді. Звісно, впливові люди у світі намагаються довести або спростувати свою власну точку зору щодо майбутнього цього специфічного та поки маловідомого ринку. Так, відомий всім нам американський інвестор на прізвище «Оракул Омахи» мільярдер Воррен Баффет запевнив, що криптовалюти - одна з найгірших бульбашок всіх часів. З ним солідарний головний економіст у Великобританії, керівник Банку Англії Ендрю Бейлі, який на початку цього літа наголосив: "Купуйте їх, якщо ви готові втратити всі свої гроші". Такої ж думки притримується більшість сучасних лауреатів Нобелівської премії з економіки. Протилежної точки зору дотримуються ті, хто всяко просуває експансію поширення і використання криптовалют і переконаний, що цю експансію вже неможливо зупинити[1]. Прихильники криптовалютного ринку бачать в ньому не тільки вигідну інвестиційну можливість в довгостроковій перспективі, а й зміну парадигми в глобальному фінансовому ринку. Вони вірять, що ринок криптовалют влаштує справжній землетрус для світової політики, економіки та фінансів. Так, директор однієї з головних платформ для торгівлі криптовалютами Bit2Me Хав'єр Пастор заявив, що криптовалюти змінять світ, так само як і Інтернет, а гроші, які центральні банки друкують до нескінченності, через кілька років абсолютно нічого не коштуватимуть, вони помруть на тлі технологічних інновацій, якими і є криптовалюти[1]. Оцінити позиції криптовалюти на світовому фінансовому ринку можна на основі аналізу її сутності, особливості емісії та обігу, що дозволить зробити висновок про те чи є криптовалюта просто фінансовим активом, чи повноцінним учасником фінансових відносин із сформованим власним сегментом ринку.

Підкриптовалютою розуміється цифровий актив, призначений для роботи в якості засобу обміну, використовуючи криптографію (безпечне спілкування з боку сторонніх осіб) для забезпечення транзакцій, контролю за створенням

додаткових підрозділів та перевірки передачі активів. Слід зазначити, що станом на початок листопада 2021 року капіталізація світового ринку криптовалют перше перевищила 3,0 трлн. дол. і продовжує зростати. Зростання попиту на криптовалюти обумовлено наростання невдоволення доларом США, зокрема через його високу інфляцію. А в умовах пандемії COVID-19 Федеральна резервна система США «надрукувала» трильйони доларів, що іще більше посилює нестабільність національної економіки США. В умовах посилення нестабільності національних фінансових систем зокрема та світової в цілому. Емісія ж біткоіна та інших криптовалют математично обмежена, що характеризує її високим рівнем безпеки, відсутністю інфляції та регулювання ринку з єдиного центру. Крім того, на популярність криптовалют впливає складність контролю за її транзакціями, що створює можливості для ухилення від сплати податків і ведення протиправної діяльності.

Усе це наводить на думку, що незважаючи на явні переваги від використання криптовалют одночасно існують і великі ризики. Тому будь яка зміна статусу цього фінансового активу з неофіційного на офіційний, призведе до формування нового світового порядку [2].

Сьогодні більшість країн світу проводять власні дослідження криптовалюти як відносно нового фінансового активу, що прийматиме розробки виваженої та ефективної державної політики у фінансовій сфері. Зокрема, в Україні у 2014 р. було створено BitcoinFoundationUkraine – громадську організацію, що вивчає та прагне технологію блокчейн на території України. Одним із напрямів роботи організації є розробка та впровадження нормативно-правових актів та інших документів законодавчого характеру для надання правового статусу криптовалют в Україні, адже Національний банк України не визнав криптовалюти ні валютою, ні платіжним засобом [3, с.42-44].

Отже, на сьогодні криптовалюта залишається формою електронних грошей, а не самостійним платіжним засобом. "Статус" форми електронних грошей (а не самостійної валюти) підтверджується "незалежністю" криптовалюти від емісійної політики центробанків та інструментарною "непідпорядкованістю" центробанку

як єдиному емісійному центру. Досі немає єдиної точки зору щодо перспектив ринку криптовалют як у держав, так і у банків, провідних міжнародних компаній, економістів, науковців тощо. Тому потрібно дуже виважено підходити до цього ринку, оцінюючі усі можливі ризики.

Список літератури:

1. Barria C. Битва за біткоїн. Хто є хто у світовому протистоянні через криптовалюти. *BBC NewsMundo*. 20 червня 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-57526593> (дата звернення 16.11.2021)
2. Єлисеєва О.Є., Волошина О.В., Дідур С.В. Біткойн як елемент сучасної фінансової системи. *Економіка і суспільство*. 2018. № 18. С 45-49.
3. Криптовалюти в Україні: технологія, ринок, регулювання. Звіт Проекту USAID «Трансформація фінансового сектору». 2018. 94 с.

Оболенко І.С.

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО УКРАЇНИ З КАНАДОЮ

Передумовами вивчення міждержавного співробітництва є необхідність отримання відповіді такі питання, як внутрішні причини формування співробітництва, перешкоди на шляху до розвитку співробітництва у міжнародному середовищі, види і форми співробітництва тощо. Сучасний стан та динаміка відносин між Україною та Канадою формує дуже сильну базу до побудови сталих двосторонньо-вигідних відносин. Це зумовлену в першу чергу гарним стартом взаємовідносин, адже саме Канада була першою західною країною яка визнала незалежність України. Для підтримки даного рівня відносин між країнами було прийнято наступні кроки:

1. У 1994 році Канада та Україна підписали Угоду про сприяння та захист інвестицій.
2. Конвенцію про уникнення подвійного оподаткування 1996 року.
3. Угоду про повітряний транспорт 1999 року, поновлену в 2014 році.
4. Угода про вільну торгівлю між Канадою та Україною (CUFTA), що була підписана 11 липня 2016 року.

Проте, варто визнати, що основною подією між двома країнами стала угода про вільну торгівлю CUFTA, яка набула чинності вже в 2017 році. На карті пріоритетних ринків, підготовленої в рамках канадського плану дій щодо глобальних ринків, Україна позначена як ринок, що розвивається, зі

специфічними можливостями для канадського бізнесу та розвитку економічних взаємовідносин[1]. Згідно зі статистичними даними, у 2018 році вартість двосторонньої торгівлі між Канадою та Україною становила понад 322 мільйони доларів. Канадський експорт в Україну склав 210 мільйонів доларів, серед експортованих товарів – мінеральне паливо та олії, риба та морепродукти, фармацевтика, м'ясо та обладнання. У тому ж році канадський імпорт товарів з України становив 112 мільйонів доларів і включав мінеральне паливо та олії, вироби із заліза та сталі, добрива та одягу.

Після підписання CUFTA український експорт до Канади стабільно зростав та розширювався набагато швидше в порівнянні з іншими торговельними партнерами – збільшився на 70% у 2017 році, 55% у 2018 році та 9,4% у 2019 році проти зростання загального експорту України на 19% у 2017 році, 9,42% у 2018 році та 5,8% у 2019 році (за даними України, рис. 1). Проте загальний експорт Канади в Україну скоротився протягом 2018-2019 років, і в 2019 році значно скоротилося майже на 30% рр. (за даними Канади, рис. 1). Значною мірою це було пов'язано зі зменшенням поставок вугілля з Канади, яке було основним продуктом загального експорту Канади в Україну на той час (експорт вугілля з Канади скоротився зі 135 мільйонів доларів США в 2017 році до 67 мільйонів доларів США в 2018 році і повністю припинився в 2019, як повідомляє Канада) [2; 3].

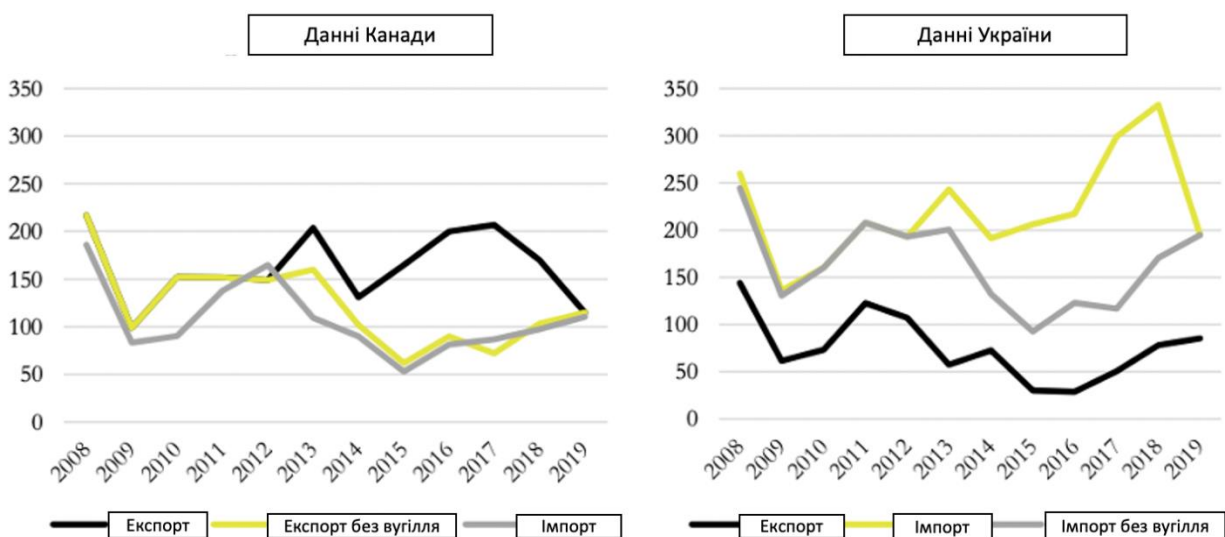


Рис. 1. – Торгівля між Україною та Канадою за період з 2008 по 2019 рр., млн.дол.

CUFTA містить положення щодо усунення нетарифних бар'єрів, у тому числі пов'язаних із маркуванням, та забезпечення того, щоб санітарні та фітосанітарні заходи, пов'язані з безпекою харчових продуктів та здоров'ям тварин і рослин, не використовувалися як невиправдані бар'єри для торгівлі.

Спираючись на силу існуючих канадсько-українських комерційних відносин, CUFTA встановлює механізми, за допомогою яких Канада та Україна можуть обговорювати, запобігати та врегулювати невиправдані нетарифні бар'єри, які можуть виникнути в контексті експорту сільськогосподарської, рибної та морепродуктів. Такі механізми включають створення Комітету з торгівлі товарами та правил походження, а також спеціальних підкомітетів з питань сільського господарства та процедур походження[2].

CUFTA також надає можливості та інструменти для канадських та українських регуляторів для обміну інформацією, щоб краще розуміти нормативні вимоги один одного, що вигідно як імпортерам, так і експортерам.

Список літератури:

1. Конон Н. Є. Українсько-канадські відносини: сучасний стан та перспективи розвитку. 2016. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/download/74/67/>.
2. Інформаційно-аналітична довідка щодо укладання Угоди про вільну торгівлю між Україною та Канадою. URL: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=188053&cat_id=170824.
3. Експорт та імпорт між Канадою та Україною. URL: <https://tradingeconomics.com/canada/exports/ukraine>.

Попова В.Д.

ІНСТРУМЕНТАРІЙ АКТИВІЗАЦІЇ УЧАСТІ УКРАЇНИ У НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОМУ ОБМІНІ

Одним з найбільш важливих чинників підвищення технологічного рівня є технологічно містка торгівля. Для країн Східної та Центральної Європи, в число яких входить і Україна, на економічне зростання в порівнянні з зовнішньою торгівлею, найбільш впливає торгівля технологічно місткими товарами (особливо це стосується імпорту).

Останнім часом відстань між створенням новітніх технологій та їх промисловим впровадженням значно скоротилася в країнах, у яких є можливості

для їх швидкого і ефективного використання[1]. Проте, оскільки в Україні наявна слабка взаємодія бізнесу та науки, трансфер технологій не отримав належний розвиток, як наслідок показник комерціалізації перспективних наукових розробок є дуже низьким. Це стає причиною того, що країною втрачаються можливості використовувати стратегії для нарощування на напрямках науково-технічному трансферу, які є пріоритетними, інноваційного потенціалу, наслідком чого є те, що у країні закріплюється екстенсивна модель розвитку економіки.

Сьогодні Україна має таку проблему, як недостатній розвиток інфраструктури центрів та мереж трансферу технологій. В зв'язку з цим, необхідне негайне створення інфраструктури трансферу технологій, у тому числі підрозділів, які будуть займатися питаннями трансферу технологій, продовжити створювати центри трансферу технологій на регіональному та національному рівнях [2].

Необхідно розробити та впровадити в Україні інтегровану базу даних щодо пропозиції та попиту трансферу технологій та створити механізм для поповнення цієї бази, для чого будуть використовуватися різноманітні джерела: регіональні, відомчі, локальні бази даних, каталоги, конкурси, виставки-презентації, спеціалізовані видання, журнали, інтернет-сайти.

Необхідно створити спеціальні консультативні комісії, як складові національної інфраструктури трансферу технологій, що будуть займатися питаннями аудиту трансферу технологій, оскільки дуже важливою є оцінка конкурентоспроможності при вирішенні питань щодо експорту технологій.

Одна з великих проблем для підприємств, яким потрібен трансфер технологій, полягає в недостатній їх компетенції щодо питань купівлі технологій, а для розробників технологій в проблемі збуту інтелектуального продукту власного виробництва [6].

За допомогою модернізації технологій, оновлення і модифікації асортименту товару, вдосконалення систем організації і управління підприємства матимуть можливість для адаптації своєї продукції вимогам ринку, не тільки національного, але й світового, для підтримання необхідного рівня попиту,

скорочування витрат, стабілізації та поліпшення фінансово-економічних результатів своєї діяльності.

Таким чином, стає очевидним необхідність створення розвитку системи, центрів та формування мережі трансферу технологій.

Світова практика показує, що самим оптимальним шляхом організації процесу трансферу технологій є створення дослідницьких та науково-виробничих центрів та об'єднань які надаватимуть великий спектр послуг щодо трансферу технологій. Можливо доручити посередникам наступні послуги: розробка під замовлення технологій, налагодження зв'язків між суб'єктами трансферу, збирання інформації для створення баз даних щодо попиту та пропозицій на передачі технологій, охорону інтелектуальних прав, комерціалізацію результатів наукових розробок і досліджень.

Такими посередниками можуть бути центри трансферу технологій, які є самостійними організаціями, що можуть вести свою діяльність на підставі комерційних засад, так і працювати за принципом самофінансування, входити у склад науково-дослідних державних установ та бути їх структурним підрозділом[6]. Україна також має подібні організації, зокрема декілька Центрів трансферу технологій (центри при державних технічних університетах), центри з комерціалізації технологій, технополіси та технопарки. Крім цього, створена Українська мережа трансферу технологій та Національна мережа трансферу технологій[4]. Проте, на сьогодні в Україні наявна проблема того, що дві мережі майже працюють паралельно - Українська та Національна мережі трансферу технологій. Оскільки їх бази даних не об'єднано в одну, це створює перешкоди для швидкого та вільного доступу для потенційного продавця або покупця до всіх профілів, які є в наявності. Крім Української та Національної мереж трансферу технологій, Україна має чимало технопарків, бізнес-інкубаторів, центрів трансферу, які майже готові до співпрацювати та об'єднуватись в загальну мережу трансферу технологій.

Отже, Україна має непогані перспективи в сфері розвитку трансферу технологій, однак для того, щоб вийти на більш високий рівень розвитку

національного трансферу технологій, необхідно створення сприятливих умов для інноваційної діяльності, розроблення інструментів трансферу технологій, вдосконалення мережі трансферу технологій, оптимізація роботи існуючих мереж та забезпечення наявності професійного менеджменту.

Список літератури:

1. Андрощук Г.О. Патентна активність українських винахідників за кордоном: вплив на економічну безпеку URL: https://ndipzir.org.ua/wpcontent/uploads/2019/17.05.19/17_05_2019-138-149.pdf
2. Зінчук Т. О. Трансфер інноваційних технологій: сутність та значення у розвитку вітчизняної економіки / Т. О. Зінчук, К. М. Кащук // Збірник наукових праць Таврійського Державного агротехнічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2(18). – т. 4. – 199-208.
3. Мрихіна О. Б. Трансфер технологій з університетів у бізнес-середовище: парадигма, концепція та інструментарій оцінювання /О.Б.Мрихіна // Монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 440 с.
4. Офіційний сайт Національної мережі трансферу технологій URL:<http://www.nttn.org.ua>
5. Промислова власність у цифрах: показники діяльності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України та ДП «Український інститут інтелектуальної власності» за 2020 рік. URL:<https://ukrpatent.org/atachs/promvlasnist-2020.pdf>
6. Ямчук А. В. Теоретико-методичні основи інформаційно-аналітичного забезпечення трансферу технологій в національному господарстві / А. В. Ямчук // Проблеми науки. – 2012. – № 2. – С. 2-7. 5.

Приходько Д.Б.

ОСОБЛИВОСТІ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Міграційні процеси в розвинених країнах світу досить активні і потребують напрацювання певних інструментів регулювання. Загалом міграційна політика, зокрема в Європейському Союзі, стала предметом уваги уже на останніх етапах формування спільних політик ЄС. Для спрощення можливостей міграції населення ЄС в рамках співтовариства було прийнято рішення про визнання дипломів, кваліфікацій і т.д., що значно спростило можливості працевлаштування, отримання соціальних платежів, стипендій, пенсій та ін. Однак поза рамками спільних домовленостей залишалися громадяни, які проживали на території ЄС, але не набули громадянства, наприклад, члени сімей громадян ЄС, відносно яких спільна політика не була розроблена. Власне це питання було вирішено лише в 1992 році після підписання Маастрихської угоди, де було зафіксовано право кожного громадянина ЄС на вільне пересування і обрання місця проживання.

Формування єдиного європейського міграційного простору, відбулося в результаті Шенгенських домовленостей від 1995 року. Власне ключовим документом, яким керуються країни в цьому контексті є Конвенція про застосування Шенгенської угоди, яка була підписана 1990 року [1, с. 325], в рамках якої враховуються негативні наслідки усунення перешкод і безбар'єрного перетину кордонів, що може проявитися через посилення заходів боротьби з незаконною міграцією, можливостями для перевезення незаконних речовин (зброя, наркотичні речовини, хімічні речовини, контрабанда).

Посилення і уточнення Шенгенської угоди зафіксовано в Дублінській конвенції 1990 року, які набула чинності лише в 1997 році [1, с. 137], в рамках якої країни-учасниці визначили право кожної країни на розгляд заяв щодо шукачів притулку, або відповідальність країни, яка дала право на в'їзд або перша країна нелегального перетину кордону. На наступному етапі формується система гармонізації політики ЄС в результаті підписання в 1997 році Амстердамської угоди, яка набула чинності в 1999 році на саміті у Фінляндії (Тампере). Ключовими завданнями цієї угоди стало створення єдиної системи притулку, розвиток легальної міграції, перешкода нелегальній міграції та нелегальному працевлаштуванню, загальне спрямування міграційної політики, управління міграційним капіталом та міграційними потоками. Посилення міграційної політики відбулося в рамках Гаазької програми, яка орієнтована на поширення і посилення програм фінансової взаємодопомоги з питань міграції. Наступний етап формування міграційної політики сформовано в період фінансової кризи 2009 року і засвідчив про момент призупинення формування горизонтальної політики сприйняття мігрантів в Європейському Союзі [2]. Підтримання лінії горизонтального формування міграційної політики спостерігаємо в Посланнях Єврокомісії у міграційному питанні. Загалом перший ключовий документ сформований Єврокомісією у 2000 році [3].

В 2005 році Єврокомісією було затверджено Політичний план щодо імміграції задля успішної реалізації запропонованих механізмів [4], загалом задекларована певна лібералізація законодавства з зв'язку з потребами економік

країн ЄС у робочій силі, як низько так і висококваліфікованій, що спричинено старінням населення, демографічним спадом, необхідністю розбудови економіки знань, отримання та розвиток нових підприємницьких ідей та капіталу. Фактично мігранти розглядаються як джерело розвитку та збагачення країн Європейського Союзу, інструмент вирівнювання демографічних дисбалансів та асиметрій.

Перші підсумки формування міграційної політики у горизонтальному форматі підбила Єврокомісія в 2008 році [5]. В рамках цього було сформовано принципи і завдання імміграційної політики та визначено ключові механізми та інструменти її реалізації. Перший принцип визначається як створення певної системи правил легалізації імміграції, певних процедур її реалізації та ін. Другий принцип декларує необхідність відповідності економічної імміграції потребам ринку праці Європейського Союзу, враховуючи не лише кількісні але і якісні характеристики, наприклад, кваліфікаційна структура, професійний склад, рівень підготовки мігрантів та ін. Третім принципом є можливості інтеграції іммігрантів, який визначено як двосторонній процес як для іммігрантів так і для країни-реципієнта. Четвертий принцип визначено як принцип солідарності, що визначається як можливості взаємної довіри та справедливості при розподілі відповідальності між всіма учасниками процесу імміграції, що реалізується через обмін інформацією, оцінку політики з приводу міграції, її узгодження на національному рівні та регіональному, з точки зору узгодження інтересів Європейського Союзу, фінансової та організаційної допомоги та підтримки, особливо для країн, що відчують найвищий рівень міграційного тиску.

Відповідно до цього було сформовано Європейський пакт про імміграцію та притулок [6], який було прийнято в 2008 році на бюссельському саміті. Хоча власне Пакт не являється юридично обов'язковим, однак в цьому визначено загальні правила регулювання міграційних процесів, зокрема необхідність при формуванні міграційної політики кожної країни врахування можливостей прийому мігрантів, потреби ринку праці, можливості забезпеченням місцем для проживання чи притулку, доступу до системи охорони здоров'я, системи освіти, можливостей отримання соціальних послуг, захисту від експлуатації чи примусової праці.

Загалом в розвитку міграційної політики спостерігається солідарність, яка проявляється як розширення співпраці з країнами-донорами з приводу формування міграційної політики, міграційного менеджменту, формування законодавства та його узгодження, формування санкцій та каналів транзиту мігрантів. Так, Європейський Союз вимагає і сподівається на розуміння партнерів у запобіганні нелегальній міграції, однак пропонує можливості для міграції робочої сили.

Список літератури:

1. Сборникмеждународно-правовыхдокументов, регулирующихвопросымиграции. М., 1994.
2. Collett E. BeyondStockholm: overcomingtheinconsistenciesofimmigrationpolicy. URL: http://www.epc.eu/documents/uploads/954588169_EPC%20Working%20Paper%2032%20Beyond%20Stockholm.pdf
3. On a Communityimmigrationpolicy. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/;jsessionid=GqMmTzqdMhv3gnrNc6TqkphJTf18pKygl3LQFwJDvLvpvTJVHGH7!1006595440?uri=CELEX:52000DC0757>
4. PolicyPlanonLegalMigration. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52005DC0669>
5. A CommonImmigrationPolicyforEurope: Principles, actionsandtools. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0359:FIN:EN:PDF>
6. EuropeanPactonImmigrationandAsylum. URL: <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/08/st13/st13440.en08.pdf>

Резцов М.Д.

ЕКОНОМІЧНІ ІМПЕРАТИВИ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Інтеграція національних економік у світогосподарському просторі була однією з найважливіших подій минулого століття. Цей процес, який часто називають глобалізацією, матеріалізувався у значному зростанні торгівлі між країнами, розширенням та диверсифікацією фінансової діяльності, розвитком «економіки що заснована на знаннях» або «нової економіки» що забезпечується поєднанням двох факторів: з одного боку, довгостроковою тенденцією відносного збільшення частки так званого «нематеріального капіталу» (освіта, професійна підготовка, дослідження, розробки та здоров'я), а також зміни в умовах відтворення та передачі знань та інформації за допомогою «вражаючого поширення нових комунікаційних та інформаційних технологій», з іншого боку.

Окремо слід зазначити активну роль сучасних корпорацій у глобальних трансформаціях світової економіки. Це складний процес який за твердженням фахівців Світового банку обумовлює розвиток «нового регіоналізму» що характеризується формування макрорегіональних просторів, зростання соціально-економічних коаліцій і спілок.

Дослідники глобалізації стверджують, щоглобалізаційні процесизначно посилюють сучасну інтеграцію країн світу з особливим акцентом на зростання залежності їх економічних систем[1]. Таке зростання залежності національних економік 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 [2] збільшився з 12 трильйонів доларів в 1980 до 206 трильйонів доларів в 2007 році.

У той же час наявна статистична інформація не дозволяє дати однозначну відповідь про ступінь інтегрованості національних економік через відсутність точних даних про непрямі зв'язки між країнами. Однак деякі тенденції, такі як розвиток мереж електронної комерції або посилення політики аутсорсингу етапів у виробничому процесі, що представляють собою руйнування вертикально-інтегрованого способу виробництва припускають, що непрямі зв'язки є важливими і можуть сприяти прискоренню процесу глобалізації завдяки скороченню транспортних і трансакційних витрат і більшій орієнтації на міжнародні ринки як механізму розподілу ресурсів.

Слід пригледитись з думкою переважної більшості як вітчизняних так і зарубіжних вчених що глобалізація, безперечно, змінює структуру світового

господарства і сприяє збільшенню обсягів світового виробництва. Так само лібералізація інвестиційної сфери, під впливом глобалізаційних процесів, стимулювала технологічні трансформації та інтелектуалізацію економічного розвитку у цілому[3].

Підсумовуючи можливо справедливо стверджувати що дослідники глобалізації в 21 столітті серед економічних імперативів глобальної трансформації світової економіки окремо виділяють формування та розвиток «глобальних відносини» Північ/Південь безпосередньо після економічної рецесії 2008 року та підйому Китаю. Крім цього можливо чітко констатувати що, глобалізація помітно вплинула на структурні зміни у системі комунікацій та зв'язку, які іспанський вчений-соціолог Мануель Кастельс назвав «інформаційним гіпертекстом». Тобто, глобалізація допомогла зберегти світ взаємопов'язаним через глобальні зв'язки та мережі.

Таким чином можливо зробити висновок про те що, глобалізація є об'єктивною фазою розвитку та трансформації, як світової економіки, так і системи міжнародних відносин у цілому. Це у свою чергу є базисом перетворення світового господарства у відкриту високо-інтегровану комплексну економічну систему життєдіяльності людства на основі товарно-грошових відносин і новітніх інформаційно-комунікаційних мереж.

Тобто світова економіка поступово трансформується у відкриту організаційно-і економічну систему, як результат розвитку процесів транснаціоналізації та інтернаціоналізації, що забезпечується поглибленням, розширенням та інтенсифікацією міжнародної економічної інтеграції і співробітництва.

Список літератури:

1. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование. Под научн. ред. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова, К.: КНЕУ, 2013. - 467с.
2. Дослідження McKinsey Global Institute: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/financial-markets#>
3. Quah D. Digital goods and the New Economy // CEP Discussion paper. London: London School of Economics and Political Science. — 2017. — № 563. — 44 p.

РОЗВИТОК КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ АГРОПРОДУКЦІЇ

Питання забезпечення конкурентних переваг України на світовому ринку агропродукції є надзвичайно важливими. Аграрна сфера залишається однією з найбільш передових при формуванні ВВП України, є провідною експортоорієнтованою галуззю країни. Сьогодні Україна займає 2 місце в світі у експорті зернових культур, 9,3% українського ВВП станом на 2020 рік було сформовано саме у вітчизняній агросфері. За обсягами експорту ячменя в період 2019-2020 років Україна посіла 2 місце, кукурудзи-4, пшениці-5 місця [1].

Українські агрохолдинги обробляють близько 33 млн га ріллі. Рівень розораності земель в Україні складає 54%, в той час, як у Європі- 35%, кількість землі на одного українця становить 0,9 га [2].

До групи продукції з високою конкурентоспроможністю можна віднести зерно, соняшникове насіння, ріпак, вторинні продукти їх переробки. До продуктів низької конкурентоспроможності в українських умовах відносять цукор, яловичину та льон [4].

Як відомо, одним з найбільш вагомих природних ресурсів України є ґрунти з високою родючістю. Найбільш родючі ґрунти зосереджені в Полтавській, Кіровоградській, Донецькій, Вінницькій, Черкаській, Дніпропетровській, Харківській, Одеській областях, в східній частині Чернівецької області. В цих областях знаходяться чорноземи з якістю в 66-100 балів [5].

Маючи вигідне геополітичне розташування, досить широку транспортно-логістичну мережу, велику частку розораних земель, доступ до водних ресурсів тощо, Україна недостатньо реалізує свій агропромисловий потенціал.

Оскільки основним партнером України в цій галузі виступає ЄС, то проблемним питанням залишається невідповідність деяких видів агропродукції європейським стандартам, надмірне виснаження ґрунтів, використання надмірної кількості пестицидів, нерівномірний розвиток інфраструктури АПК. Також досягненню вищих конкурентних позицій

перешкоджають незначний рівень фінансування та впровадження в практичні кейси науково-дослідних розробок, високий рівень монополізації, складнощі у фінансуванні та кредитуванні фермерів, відсутність спеціалізованої фінансово-кредитної установи, націленої на допомогу фермерським господарствам, тощо [6,7].

Україна має стратегічний потенціал в сфері АПК завдяки своїм географічним перевагам, ґрунтам з великою родючістю, наявністю дослідницьких проєктів тощо. Задля збільшення конкурентоспроможності своєї аграрної продукції Україні необхідно розробити чітку стратегію, яка б включала усі особливості 30-річної трансформації форми вітчизняного сільського господарства, а не повністю б копіювала алгоритми європейського, інших передових світових досвідів у розвитку даної сфери. Доцільним є посилений контроль на державному рівні за виконанням сільгосподарських стандартів, включаючи бережливе ставлення до земель, недопущення висадки виснажуючих ґрунт культур декілька років поспіль на одній ділянці (соняшник, кукурудза, наприклад), контроль над утилізацією відходів діяльності, збільшення використання натуральних добрив. Також в досягненні вітчизняної конкурентоспроможності України в цій сфері необхідними будуть: децентралізація влади, надання можливості раціонально використовувати закріплені паї за ОТГ, збільшення державного фінансування сфери, спрощення процедури оформлення фермерських господарств як юридичних осіб, контроль за дотриманням міжнародних стандартів продукції на експорт, посилення співпраці між науково-дослідницькими лабораторіями та фермерами, ширше застосування ІТ-технологій та сучасної техніки в господарствах.

Список літератури:

1. Аграрна незалежність — 30 років від старту: 10% ВВП, 50 млрд грн податків, ринок землі, півмільйона робочих місць. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/901-agrarna-nezalejnist-30-rokiv-vid-startu-10-vvp-50-mlrd-grn-podatkiv-rinok-zemli-pivmilyona-robochih-mists> (дата звернення: 05.11.2021)
2. Земельний довідник України 2020 – база даних про земельний фонд країни. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/705-zemelny-dovidnik-ukrayini--baza-danih-pro-zemelny-fond-krayini> (дата звернення: 07.11.2021)
3. Цимбаліста Н. А.. Проблеми реалізації агровиробничого потенціалу сільських територій. *Регіональна економіка*. 2015. №2. С. 115-123. URL: http://re.gov.ua/re201502/re201502_115_TsymbalistaNA.pdf

4. Ляшевська В.І., Сквіра І.О., Бойко Ю.А. Конкурентоспроможність підприємств аграрного сектору на зовнішньому ринку. *Причорноморські економічні студії. Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2018. Випуск 28-1. С.31-34. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/28_1_2018/8.pdf

5. Видання «Карти України». URL: <https://superagronom.com/karty/rodjuchist-gruntiv-ukrainy> (дата звернення: 07.11.2021)

6. Дугієнко Н.О., Симоненко О.О. Конкурентоспроможність АПК України в умовах євроінтеграції. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 5. С.81-84. URL: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/17.pdf>

7. Нечипоренко В.В. Конкуренція і конкурентоспроможність на аграрному ринку України. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 3(14). С.206-210. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/14_2018/37.pdf

Соломенна А.

НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Зміни у підходах до формування енергетичної політики держав стосуються переходу від застарілої моделі функціонування енергетичного сектору, в якому домінували великі виробники, викопне паливо, неефективні мережі, недосконала конкуренція на ринках природного газу, електроенергії, вугілля – до нової моделі, в якій створюється більш конкурентне середовище, мінімізується домінування одного з видів виробництва енергії або джерел і шляхів постачання палива. Разом з цим віддається перевага підвищенню енергоефективності й використанню енергії із відновлюваних та альтернативних джерел через інтеграцію України до енергетичного ринку Європейського Союзу.

Основними двома напрямками інтеграції України до енергетичного ринку Європейського Союзу є: участь у забезпеченні функціонування міжнародного енергетичного ринку; підвищення безпеки енергопостачання за рахунок гарантованого постачання відносно дешевих і безпечних (зі стратегічного й екологічного поглядів) енергоресурсів.

Енергетичні цілі визначені Європейською Радою ЄС, встановлені за роками: до 2020, 2030 і 2050 рр. передбачають поступове зменшення викидів парникових газів на 20%, 40% та скорочення їх на 80-95% в 2050 р.

Україна також долучається до впровадження заходів з адаптації до зміни клімату за пріоритетами глобального розвитку енергетики [3]. Енергетична

стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» базується на реалізації низки законодавчих актів [4, 5, 6, 7].

Для імплементації вимог Директиви 2012/27/EU від 25.10.2012 про енергоефективність в законодавство України [1].

Досягнення цілей до 2030, 2050 рр. можливе через забезпечення виконання комплексу організаційних, технічних та інвестиційних заходів з реалізації Угоди про умови майбутнього приєднання об'єднаної енергетичної системи України до континентальної європейської енергетичної системи ENTSO-E Кабінетом Міністрів України прийнято розпорядження від 27.12.2018 № 1097-р «Про затвердження плану заходів щодо синхронізації об'єднаної енергетичної системи України з об'єднанням енергетичних систем держав - членів Європейського Союзу».

Вигідними умовами для України в процесі приєднання до енергетичного ринку Європейського Союзу можуть бути:

1. Інфраструктура, яка забезпечує можливість диверсифікації постачання ресурсу. На ринку енергоресурсів окреслено коло суб'єктів. В т.ч. суб'єктами світового ринку є: виробники та споживачі, хеджери, агрегатори, енергетичні брокери, енергетичні дилери (маркетери).

2. Вигоди для бізнесу в ході приєднання до ENTSO-E, якими можуть стати прозоре формування та обґрунтована стабільна ціна на ресурси на довготривалий період.

3. Врахування ризиків для промисловості України, в тому числі якщо після синхронізації ціни на електроенергію на ринку «на добу наперед» зазнають 30% здешевлення або інше.

Синхронізація об'єднаної енергетичної системи з європейською мережею, яка є кінцевою практичною метою співробітництва між Україною та ЄС в електроенергетиці сприятиме формуванню повноцінного конкурентного ринку електричної енергії в Україні, створенню додаткових можливостей для балансування енергосистеми, посилення її надійності та стійкості.

Список літератури:

1. Директива Європейського Парламенту і Ради 2012/27/ЄС від 25 жовтня 2012 року про енергоефективність URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_017-12#Text (дата звернення 10.11.2021).
2. Енергетична безпека: Європейські практики. Центр глобалістики“Стратегія XXI” Віталій Мартинюк 04 липня 2019. URL: <http://www.enable-eu.com/wp-content/uploads/2019/07/07-03..pdf> (дата звернення 10.11.2021)
3. Звіт з реалізації етапу «Реформування енергетичного сектору (до 2020 року)» Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» <http://mpe.kmu.gov.ua/> Міністерство енергетики України URL: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=245584012> (дата звернення 13.11.2021)
4. «Про засади моніторингу, звітності та верифікації викидів парникових газів» Проект Закону України URL: <http://www.drs.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/9624-.pdf> (дата звернення 13.11.2021)
5. «Про затвердження переліку видів діяльності, викиди парникових газів в результаті провадження яких підлягають моніторингу, звітності та верифікації» Постанова Кабінету Міністрів України від 23 вересня 2020 р. № 880 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/880-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення 11.11.2021)
6. «Про затвердження порядку здійснення моніторингу та звітності щодо викидів парникових газів» Постанова Кабінету Міністрів України від 23.09.2020 № 960 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/960-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення 11.11.2021)
7. «Про затвердження порядку верифікації звіту оператора про викиди парникових газів від 23 вересня 2020 р. № 959 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення 11.11.2021)

Херсонюк С.В.

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ СВІТОВОГО РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

Ще у 2018 році Всесвітній економічний форум у Давосі розглядав четверту промислову революцію та її вплив на бізнес та суспільство як одну з найважливіших. Ця революція являє собою розвиток технологічного прогресу, за якого відбувається повсюдна цифровізація і впроваджуються найрізноманітніші новітні технології, що викликають зміну виробництва, бізнес-процесів і суспільства загалом.

До таких змін відносять[1]:

- нові способи автоматизації, які призведуть до оптимізації виробничих процесів та підвищення якості продуктивності за рахунок скорочення браку, прискорення всього ланцюга створення вартості;

- передачу даних всіх типів у часі, що дозволить, наприклад, контролювати ділянки виробничого процесу у часі; від швидкості збору та аналізу даних всіх

типів залежить швидкість реакції на зміни у виробничій екосистемі або на очікування клієнта;

- контроль за станом всіх елементів виробничого ланцюга;

- покращення умов праці, екологічності виробництва та інших напрямів у довгостроковій перспективі за рахунок можливостей точного автоматизованого контролю;

- високу автономність виробництва, що дозволяє скоротити багато категорій витрат.

Прогнозувати зміни ринку праці в умовах індустрії 4.0. дуже складно. Проте існує поширена практика розгляду основних тенденцій, що впливають на нього:

- у найближчі 20 років спостерігатиметься хвиля технологічних змін, яка торкнеться і виробників, і споживачів. Використання роботів, штучного інтелекту та інших компонентів нової індустріальної революції призведе до поширення навичок використання цифрових пристроїв серед населення та затребуваності висококваліфікованих технічних фахівців;

- за останніми прогнозами, у розвинених країнах спостерігається активне старіння населення. Якщо у 2000 р. лише 10% світового населення було старше 60 років, то до 2050-го ця частка досягне 21%. Якщо відбудеться незначний приріст населення розвинених країн, це спричинить посилення конкуренції за кадрові ресурси;

- глобалізація знижує формальні та неформальні бар'єри між країнами як у торгівлі, так і у трудовій міграції. Цей пункт має ключове значення для країн, що розвиваються, оскільки фактором технологічного відставання може стати міграція висококваліфікованих кадрів через безробіття, низькі зарплати на ринку, дефіцит кадрів у більш багатих і технічно прогресивних країнах. Така тенденція вже існує, і більшість економістів вважають, що вона збережеться, зокрема, залучення кваліфікованих кадрів в офшорах. Зокрема, так роблять інвестиційні банки у Сполучених Штатах та Європі, наймаючи співробітників в Індії, і протягом багатьох років використовують різницю у часі для роботи кваліфікованих робітників за кордоном, особливо в Індії;

- до 2050 року частка міського населення в усьому світі збільшиться з 50 до 72%. Урбанізація веде до збільшення чисельності кваліфікованого персоналу, виникнення нових проєктів, наприклад «розумне місто», та загострення конкуренції;

- ймовірно, до 2030 року людство в середньому споживатиме на 40% більше базових ресурсів. Загроза дефіциту ресурсів та кліматичні зміни є надзвичайно актуальними у всьому світі. Для розробки екологічних підходів до виробництва та споживання, дослідження у сфері забезпечення безпеки довкілля та багатьох суміжних областей потрібно ще більше спеціалістів [2].

Багато дослідників висловлюють побоювання щодо соціальних наслідків нової промислової революції. Її особливість полягає в масштабній автоматизації, наприклад, у можливості машинної взаємодії без втручання людини на всіх рівнях - від простого виробництва до прийняття управлінських рішень. Подібні властивості неминуче призведуть до зміни структури зайнятості[2].

Ще одним трендом змін, що відбуваються, фахівці називають зміну структури ринку праці. Така трансформація обумовлена тим, що[1]:

- нові технології дозволять автоматизувати значну кількість процесів, що призведе до втрати робочих місць;

- нові технології створюють нові можливості для бізнесу, отже, створюють робочі місця.

Фахівці оксфордського університету підраховали, що протягом найближчих 20 років 47% професій будуть автоматизовані [3]. Дослідники оцінили ступінь ймовірності автоматизації 702 професій, насамперед, можуть бути замінені фахівці з телефонних продажів, податків, страхові оцінювачі, посадові особи у спортивній індустрії, офіціанти, агенти з нерухомості, секретарі, асистенти з адміністративної роботи, кур'єри тощо. З найменшим ризиком зіткнуться представники творчих, технічних та соціальних професій: соціальні працівники, хореографи, лікарі, управлінці, комп'ютерні спеціалісти високої кваліфікації, антропологи, археологи тощо. У найближчому майбутньому це припущення здається цілком ймовірним, проте технології розвиваються стрімко. Зокрема, вже

сьогодні існують складні алгоритми, здатні синтезувати текст, який фактично не відрізняється від написаного людиною. За збереження темпів удосконалення цього проекту до середини 2020-х років близько 90% новин створюватимуться комп'ютером.

Таким чином, Індустрія 4.0 передбачає кардинальну трансформацію структури ринку праці, що викликає багато труднощів, існує чимало перепон для її поширення.

Список літератури:

1. Developing a Competency Framework: Linking Company Objectives and Personal Performance (2017) // Mind Tools. URL: https://www.mindtools.com/pages/article/newISS_91.htm.
2. Dromey J., McNeil C. (2017) Skills 2030: Why the adults skills system is falling to build an economy that works for everyone // IPPR. URL: https://www.ippr.org/files/publications/pdf/skills-2030_Feb2017.pdf.
3. Dumont H., Istance D. (2010) Analysing and designing learning environments for the 21st century // The Nature of Learning: Using Research to Inspire Practic. [S.l.:] OECAPublishing. URL: https://read.oecd-ilibrary.org/education/the-nature-of-learning/analysing-and-designing-learning-environments-for-the-21st-century_9789264086487-3-en#page1.

Veronika Tumasova

MOTIVATIONAL STRATEGY IN PERSONNEL MANAGEMENT

Motivation is the process that initiates, guides, and maintains goal-oriented behaviors. Motivation involves the biological, emotional, social, and cognitive forces that activate behavior. In everyday usage, the term “motivation” is frequently used to describe why a person does something. It is the driving force behind human actions [1].

What are the main employee motivation strategies? Many employees have different motivations for coming to work and doing a good job, and it's up to you to get the most out of all of them. One of the most obvious motivational strategies is of course money, whether in the form of pay increases or bonuses. However, these may be neither necessary – nor always the best type of reward. Once offered, cash bonuses can come to be expected and quickly forgotten, especially if they are the only recognition employees receive.

On a teamwork basis. Frequent, positive feedback provided within an enjoyable team-oriented environment, makes a tremendous difference in employees' sense of

being valued. With or without financial rewards, these cultural aspects of the workplace make an excellent morale raising investment in your staff and business. This applies even in a strictly goal driven environment such as sales or investment banking. Strive to maintain an enjoyable, family-orientated atmosphere in which all employees focus on achieving team goals [2].

Recognise and reward good work. Praising employees for achieving their goals is important in maintaining an enjoyable work environment. Appreciation can range from positive feedback to small rewards and tokens. A policy of recognising and rewarding success helps to inspire employees to work toward achievements. Staff will know that their contributions are valued and that management is confident in their capabilities. Such a policy also inspires greater creativity and initiative by providing freedom to think outside of the box and know that it will be acknowledged. One way to further stimulate employees' creativity and confidence is to support continual education through classes, seminars, subscriptions and memberships [2].

Creating flexibility. Today's employees value personal time. Because of family needs, a traditional nine-to-five workday may not work for many people. Therefore, flextime, which permits employees to set and control their own work hours, is one way that organizations are accommodating their employees' needs. Here are some other options organizations are trying as well [4]:

A compressed workweek is a form of flextime that allows a full-time job to be completed in less than the standard 40-hour, five-day workweek. Its most common form is the 4/40 schedule, which gives employees three days off each week. This schedule benefits the individual through more leisure time and lower commuting costs. The organization should benefit through lower absenteeism and improved performance. Of course, the danger in this type of scheduling is the possibility of increased fatigue.

Job sharing or twinning occurs when one full-time job is split between two or more persons. Job sharing often involves each person working one-half day, but it can also be done on weekly or monthly sharing arrangements. When jobs can be split and shared, organizations can benefit by employing talented people who would otherwise be unable to work full-time. The qualified employee who is also a parent may not want

to be in the office for a full day but may be willing to work a half-day. Although adjustment problems sometimes occur, the arrangement can be good for all concerned.

Telecommuting, sometimes called flexiplace, is a work arrangement that allows at least a portion of scheduled work hours to be completed outside of the office, with work-at-home as one of the options. Telecommuting frees the jobholder from needing to work fixed hours, wearing special work attire, enduring the normal constraints of commuting, and having direct contact with supervisors. Home workers often demonstrate increased productivity, report fewer distractions, enjoy the freedom to be their own boss, and appreciate the benefit of having more time for themselves.

Of course, when there are positives, there are also negatives. Many home workers feel that they work too much and are isolated from their family and friends. In addition to the feelings of isolation, many employees feel that the lack of visibility at the office may result in the loss of promotions [4].

If the strategy is unsuccessful. While encouraging creativity and rewarding success may come somewhat easily, it may be more difficult to spot why it isn't working. Some of the signs are:

- Reluctance to share ideas
- A drop in productivity
- Increase in absenteeism
- Persistent low morale

In all of these cases positive reinforcement is even more critical. You might even invite your own employees to work out a better way of achieving a motivational strategy. In this case, employees will feel further inspired and trusted [2].

The financial incentive. Monetary incentives and rewards can be part of your employee recognition program – but these still need to fit within the right culture. Direct reward for certain levels of success can actually lead to lack of cohesiveness and teamwork – especially if others feel they are missing out. In addition to direct cash bonuses, overall profit-sharing plans or share options are also a way of rewarding and retaining staff. The advantage here is that the financial benefits are measurable and

objective. Financial incentives and rewards can be true motivators, but only when combined with ongoing verbal recognition and support [2].

Trust through Autonomy. Trust is one of the most important foundations in building relationships, be it personal or professional. In business, employers need to trust their teams to execute their tasks properly, and with minimal supervision. In turn, employees feel motivated when they are in control of their time and given the freedom on deciding how to approach and complete their tasks. Granting autonomy is one of the best indicators of trust and is a great way to way to nurture the employee-employer bond [3].

Build Self-sufficiency. One of the common mistakes made by leaders and managers is micro-managing their employees, and being unable to let someone work something out for themselves. Employees need to feel that their managers are there to help them when they need it, not do their work with them or for them. This process also builds self-sufficiency and allows employees to learn to tackle challenges on their own, to the best of their ability. This can instill a strong sense of accomplishment, which is an incredible personal motivator [3].

Set meaningful KPI's. Setting goals and KPI's can actually be an excellent motivator if done correctly. It's vital to connect an individual's goals and KPI's to the larger corporate objectives or vision, as it makes an employee feel that they are making a valuable contribution towards their company's success. In addition, it's important to establish clear, mutually agreed on goals and KPI's, instead of ones dictated from above. The employee buy-in into setting their performance objectives lets them know their input is valued, which in turn motivates them to work harder towards achieving them [3].

Don't Pigeonhole Employees. Monotony is the bane of performance and productivity. The Human mind is incapable of doing repetitive tasks without stagnating. An excellent motivator is to let employees know that they can be open about pursuing other interests outside the scope of their day-to-day responsibilities, and that management will support them. Other HR strategies such as up-skilling or job rotation can help employees identify new skills and strengths that can be applied to their current

role or help them identify new areas where they can make a stronger contribution to an organization [3].

List of sources:

1. <https://www.verywellmind.com/what-is-motivation-2795378>
2. <https://www.monster.co.uk/advertise-a-job/hr-resources/workforce-management-and-planning/performance-management/what-are-the-main-employee-motivation-strategies/>
3. <https://www.staffordglobal.org/articles-and-blogs/hr-articles-and-blogs/4-employee-motivation-strategies-in-human-resource-management/>
4. <https://www.cliffsnotes.com/study-guides/principles-of-management/motivating-and-rewarding-employees/motivation-strategies>

Висоцький Т.І.

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА КРАЇН У МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ

Сучасний світогосподарський розвиток відбувається у загальному руслі глобалізаційних процесів, що набуває свого концентрованого вираження у наростанні процесів економічного націоналізму, поглибленні діджиталізації господарських процесів, мереживізації і фрагментації суспільного виробництва, динамічній розбудові індустрії 4.0, зростанні державного протекціонізму і поглибленні асиметричності у міждержавному розподілі доходів. З метою максимально повної реалізації країнами своїх національних інтересів найбільш перспективною формою її взаємодії із зовнішнім світом є співробітництво, яке реалізується способом їх участі у різного роду міжнародних організаціях і структурах, а також укладення різнорівневих договорів про дружбу і співробітництво. Виходячи з цього, є всі підстави стверджувати, що співробітництво, як специфічна форма міждержавної взаємодії, активно застосовується нині в усіх сферах міжнародної діяльності держав, а найбільш релевантним синонімом даного поняття є термін «партнерство».

Категорія «партнерство» у найзагальнішому сенсі можна кваліфікувати як відносини між індивідами чи соціальними групами, що характеризуються взаємною співпрацею та відповідальністю задля досягнення будь-якої стратегічно важливої мети. Подібного роду формулювання передбачає, що сторони ведуть

взаємовигідні відносини заради певної мети та відповідають за те, щоб їх рішення узгоджувалися з інтересами партнера. Незважаючи на те, що поняття «партнерство» стало регулярно використовуватись у категоріальному апараті міжнародних відносин, у науковій літературі, бізнесі, засобах масової комунікації та у побуті, воно дотепер залишається недостатньо дослідженим як у зарубіжній, так і у вітчизняній економічній і політичній науці.

Що ж стосується поняття «стратегічне партнерство», то, на думку багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, воно з'явилося у міжнародній практиці та почало активно використовуватись з початку 1990-х років після «холодної війни», коли руйнування СРСР та колишнього соціалістичного табору знівельовали усі існуючі на той час міждержавні суперечності і протиріччя антагоністичного характеру. Перш за все, термін «стратегічне партнерство» можна проаналізувати з погляду значення слів, що входять до нього. Слово «стратегія» має грецьке коріння і походить від латинського слова «strategia», що означає «вправне керівництво» або «вправне управління». Спочатку слово «стратегія» прийшло з військової сфери і означало насамперед, вмиле керівництво військами протягом тривалого періоду. З плином часу термін «стратегія» перекочував з військової сфери в політику, тому що в політиці для досягнення успіху також потрібен розрахунок на тривалий період [5, с. 117].

Нині ж кожна з 210 держав світу у процесі реалізації усіх форм політичного й економічного співробітництва прагне у будь-який спосіб розвивати співробітництво з іншими країнами і регіонами, регіональними інтеграційними угрупованнями та міжнародними організаціями на взаємовигідних умовах. Тож для характеристики масштабів і структурних вимірів такого співробітництва і з метою їх відокремлення від співпраці з іншими суб'єктами міжнародного права активно застосовується дефініція «стратегічне партнерство» [3, с. 3]. Наголосимо, що відсутність чіткого визначення стратегічного партнерства змусило дослідників цього феномену самим спробувати дати визначення чи навіть передати суть явища, виявити певні його риси [2, с. 302]. Принагідно відзначити, що в останні роки дане поняття дедалі активніше застосовується у бізнесі, коли

стратегічним партнером у більшості випадків визнається компанія чи фірма, яка на довгостроковій основі співпрацює у вирішенні найважливіших своїх завдань у ході реконструкції чи реформи фірми.

Якщо характеризувати стратегічне партнерство більш предметно, то практична актуальність даного завдання полягає в тому, щоб встановити, наскільки поняття «стратегічне партнерство» стосується сучасних відносин кожної окремо взятої держави із зовнішнім світом. При цьому важливим є визначення різних аспектів таких відносин, які дають їм можливість перейти на стратегічний рівень, а також ті з них, які перешкоджають цьому. Так, якщо взяти за основу ключові критерії стратегічного партнерства, то їх репрезентують такі: взаємна зацікавленість партнерів у співпраці та велика кількість сфер міждержавної співпраці; наявність у країн принципово важливих стратегічних цілей, досягнення яких можливе лише за серйозної координації зусиль сторін; довгостроковий характер міждержавних відносин; наявність правової бази партнерства; здатність країн враховувати інтереси одна одної, йти на компроміси та підтримувати партнера, навіть якщо в цьому немає очевидної вигоди; взаємна відмова держав від застосування дискримінаційних та ультимативних дій щодо свого партнера; наявність загальних цінностей, що лежать в основі політичних систем партнерів; ефективність співробітництва [2, с. 303].

У широкому трактуванні під стратегічним партнерством слід розуміти комплексну систему співробітництва двох чи кількох держав, що базується на визнанні спільних з партнерами цінностей чи їх бачення, глибокому рівні взаємодії у визначених сферах економічної, політичної і гуманітарної співпраці, обопільній зовнішньополітичній підтримці держав-партнерів, у тому числі у рамках регіональних інтеграційних угруповань і міжнародних організацій, а також узгодженні усіх країнових позицій в умовах кризових ситуацій та при розв'язанні різного роду міжнародних конфліктів [4].

Таким чином, можна сформулювати таке визначення сутності стратегічного партнерства: це – довготривале співробітництво держав на міжнародному рівні за

великою кількістю питань з метою отримання максимальних вигод для себе та партнера. Наголосимо, що навіть багатовекторність у міжнародних відносинах не виключає ексклюзивності зв'язків із особливо значущими, життєво важливими державами-партнерами. Тож в умовах наростаючої взаємозалежності між суб'єктами міжнародних відносин в епоху глобалізації жодна країна світу, незалежно від її ресурсного чи силового потенціалу, рівня соціально-економічного розвитку, апріорі не може не зазнавати потужного впливу екзогенного середовища.

В аналізі міждержавного стратегічного партнерства дедалі більше суперечок викликає визначення міжнародних відносин під час розгляду через призму однієї з їх ключових концепцій – суверенних держав. Йдеться про те, що якісно нові системи впливу, що формуються у глобальних координатах через багатовекторну систему глобального управління, ставлять під сумнів статус держави як ключового гравця в цій системі, водночас визнаючи її суттєвий вплив на усю систему світогосподарських зв'язків і міждержавних політичних відносин. Це має своїм закономірним наслідком певну двозначність відносно кваліфікації сутності стратегічного партнерства держав, оскільки їх багатосторонність як феномен, що характеризує глобальне управління, передбачає обов'язкову наявність колективних дій та колективних засобів для досягнення індивідуальних інтересів і стратегічних цілей.

Багатосторонність має місце тоді, коли існують домовленості між трьома чи більшою кількістю держав, що діють узгоджено, а сама вона сприймається як щось цінне і дана цінність визначається інклюзивним, колективним і навіть консенсусним підходом до дій на міжнародній арені [1, с. 549]. Проте багатосторонність, яка вказує на зближення, у багатьох випадках жодною мірою не передбачає підтримки колективних дій, якщо держави в якийсь момент починають розглядати їх як такі, що суперечать власним інтересам (наприклад, узгодженість дій у процесі голосування або використання права вето у Раді Безпеки ООН). Це демонструє двозначність, властиву роботі багатосторонніх інститутів, які, з одного боку, є інклюзивними та передбачаючи колективні дії, а з

іншого боку – часто демонструють виключення країн-нечленів та брак представницькості.

Узагальнюючи вищенаведене, слід відзначити наступне: сильними конкурентними перевагами міждержавного стратегічного партнерства є: зацікавленість партнерів у співпраці; визнання стратегічного характеру відносин; велика кількість питань для спільної роботи; хороша інституалізація партнерства; спільні політичні цінності держав; довгостроковий характер їх відносин; розроблена правова база міждержавного співробітництва; взаємна відмова від дискримінаційних та ультимативних дій щодо один одного, що передбачає взаємодію громадянських суспільств. Вказаним критеріям насамперед можуть відповідати держави, що мають спільний кордон, оскільки їх геополітичний зв'язок нерозривно тягне за собою перетин інтересів у різних сферах життя, а прикордонне розташування формує міцний фундамент для тісного партнерства та довірчих відносин.

Водночас слабкими сторонами міждержавного стратегічного партнерства є: зіткнення інтересів сторін на світовій арені; проблеми у знаходженні компромісу; неповний збіг цінностей, що лежать у основу політичної системи сторін; неоднозначна ефективність співробітництва. Використовуючи даний термін, сторони демонструють свою відданість тісному співробітництву у майбутньому, що є абсолютно резонним з огляду на те, що для розвитку справжнього стратегічного партнерства країн необхідний тривалий період часу і повна довіра між партнерами.

Список літератури:

1. Wilkinson R. Multilateralism. Encyclopaedia of International Relations and Global Politics (ed. Martin Griffiths). Oxon: Routledge, 2005. P. 549-551.
2. Базаров В. Б. Стратегическое партнерство во внешней политике Монголии. *Власть*. 2019. №6. С. 302-308.
3. Герасимчук В. Г. Стратегічне партнерство: принципи, інструментарій, ефективність. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. URL: <https://economy.kpi.ua/ru/node/617>
4. Европейський проект та Україна: монографія / А. В. Єрмолаєв, Б. О. Парахонський, Г. М. Яворська, О. О. Резнікова [та ін.]. К.: НІСД, 2012.
5. Новиков И.А. Стратегическое партнерство как феномен международной политики (анализ отношений Россия-Евросоюз). *Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 4.Ист.* 2010. № 1 (17). С. 117-124.

ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

У сучасному глобалізованому світі туристична галузь займає визначальне місце у системі міжнародних економічних відносин і виходить на позиції вагомого фактора економічного зростання, сприяє підвищенню конкурентоспроможності країни на світовій арені та вирішенню низки проблем економічного та соціального характеру. Туризм увійшов у XXI століття як сектор економіки, який характеризується стабільним розвитком і перетворився на одну з найприбутковіших і найдинамічніших галузей світової економіки. Сьогодні на туристичну індустрію припадає близько 10% світового ВВП, 6% світового експорту, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат, а кожне десяте робоче місце пов'язане з цим сектором. В останні десятиліття доходи від експорту туристичних послуг стабільно перевищують доходи від експорту нафти, продуктів харчування та автомобілів. Туристичні продукти та послуги перетворилися на конкурентоспроможні об'єкти міжнародної торгівлі та стали одними з основних джерел доходів для багатьох країн, що розвиваються. Це зростання відбувається одночасно з наростаючою диверсифікацією туристичних продуктів та конкуренцією між окремими туристичними напрямками. Це глобальне поширення туризму в розвинених країнах, що принесло численні економічні переваги, зокрема, забезпечило зростання зайнятості в багатьох суміжних галузях: у будівництві, сільському господарстві, транспортній та технологічній сфері. У той же час, міжнародний туризм не просто розвивається і якісно змінюється сам по собі, він все більш активно та органічно проникає та взаємодіє з окремими формами міжнародних економічних відносин, починаючи з міжнародної торгівлі товарами та закінчуючи міжнародним науково-технічним обміном.

На розвиток туризму в останні десятиліття сильно впливає розвиток суспільства загалом. Підйом індустріального суспільства перетворив туризм на масову дозвільну активність, тоді як глобалізація та постмодернізація створили

дедалі фрагментарнішу, індивідуалізовану та різноманітну сферу туристичного попиту та пропозиції. Поточне зростання туризму значною мірою є результатом посилення глобалізації, збільшила чисельність основних рушіїв у міжнародному туризмі через зростання доходів, появу нових та здешевлення існуючих транспортних засобів, розвиток комунікацій та Інтернет-зв'язку [2, с. 139].

Структура туристичної індустрії стрімко розвиватиметься між 2020 та 2040 роками. У розрізі того що дохід та рівень освіти в країнах, що розвиваються, збільшуються, а населення продовжує старіти, відповідно, виникають нові групи споживачів; глобальна економіка продовжує рухатися до менш ресурсновитратності, ресурсефективності; очікуваним є зростання кількості відвідувачів, посилення питань безпеки; виникають транспортні інновації, інфраструктура доступу та авіаційні правила впливають на мобільність подорожей [1, с. 104].

Протягом наступних десятиліть структура в'їзного туризму розвиватиметься відповідно до рівня доходів та рівня освіти в країнах, що розвиваються, а також у процесі усунення гендерних дисбалансів [2, с. 69]. Такі тенденції, як постійне зростання світового середнього класу та старіння націй впливатимуть на те, що в наступні десятиліття потенційні туристи, як правило, будуть більш платоспроможними. В результаті зміниться не тільки спосіб подорожей людей, а й їхні потреби та вимоги, ймовірно, будуть зовсім іншими, якщо порівняти із туризмом сьогодні.

Наслідки змін клімату будуть відчуватися у секторі подорожей та туризму протягом наступних десятиліть. Наприклад, значна частина міжнародного туризму зосереджується у прибережних регіонах, які перебувають у межах загрози штормів, повеней та припливів. Зимові активності на свіжому повітрі обмежуються більш короткими періодами снігопаду, що призведе до потенційно більшої кількості сезонних змін для багатьох країн. Для урядів країн це є підставою серйозного переосмислення того, як розвиватиметься туристична діяльність у регіонах у довгостроковому періоді. У той же час, туризм також може підвищити поінформованість про культурні та екологічні цінності,

допомагати фінансуванню охорони та управління певними територіями, підвищити їхню економічну цінність та значення.

Зростання доходів і надходжень міжнародних туристів продовжує випереджати світову економіку, і країни з розвинутою економікою отримують переваги від зростання доходів від туризму. Вже сьомий рік поспіль експорт туризму зростає швидше, ніж експорт товарів, зменшуючи дефіцити торгівлі у багатьох країнах. З таким зростанням виникає велика відповідальність за забезпечення ефективного управління дестинацією, що мінімізує будь-який несприятливий вплив туризму [3].

Таким чином, подальший розвиток туристичної галузі відбуватиметься під дією таких тенденцій, як зростання частки населення середнього класу, старіння націй, технологічний прогрес, екологізація туристичної діяльності та впровадження нових моделей розвитку туристичної індустрії. Світові цивілізаційні процеси призвели до зміни моделей суспільно-економічного розвитку країн. Удосконалення інформаційних технологій, науковий прогрес, попит на безпеку, охорону здоров'я та довголіття викликають потребу у трансформації туристичних послуг з урахуванням нових сучасних тенденцій у туристичній галузі. Очікується, що цифровізація та інновації продовжуватимуть формувати туристичний сектор. І дестинаціям, і туристичним компаніям потрібно буде адаптуватися, щоб залишатися конкурентоспроможними, одночасно сприймаючи туризм як досягнення цілей сталого розвитку та побудови кращого майбутнього для суспільства. Проблема полягає в тому, що певна частина суб'єктів туристичної сфери може бути не готова до нових тенденцій ринку послуг і формування нових моделей, що може призвести до скорочення власних туристичних продуктів і зниження конкурентоспроможності. У зв'язку з цим, з метою підтримки та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичної галузі важливо здійснювати постійний моніторинг тенденцій розвитку міжнародного туризму та сучасного світового ринку послуг.

Список літератури:

1. Буценко И. Н. Международный туристический рынок: динамика развития и основные участники / И.Н. Буценко, Д.С. Кулакова // Экономические исследования и разработки. – 2017. – № 1. – С. 98-105.
2. Самойленко А. А. География туризма: учеб. пособие / А. А. Самойленко. - 3-е изд. - Ростов н/Д : Феникс ; Краснодар : Неоглори, 2018. – 356 с.
3. Щетинина К.И. Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mgimo.ru/science/memo/Schetinina_otzyv_nauch_ruk.pdf.

Андрійченко М.С.

КОРПОРАТИВНІ СТРАТЕГІЇ НА СВІТОВОМУ ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ

Світовий фармацевтичний ринок є складним, багаторівневим, поліфункціональним утворенням зі стабільно високими темпами зростання виробництва, продажу і, відповідно, показниками рентабельності. Ці причини пов'язані зі специфікою лікарського препарату як товару, попит на який зростає незалежно від економічних і політичних чинників. Фармацевтичні корпорації регулюють такі питання: стратегії розвитку продукту, особливості в політиці ціноутворення на медичний препарат, шляхи інформування населення про створення нового лікарського засобу та етапи продукту від розробки до продажу.

Для вивчення питання аналізу глобальних конкурентних стратегій використовуються як кількісні методики (оцінка впливу конкурентного середовища на діяльність компанії за методикою М. Портера, факторний аналіз динаміки ринкової частки корпорації) так і якісні методики аналізу (побудова матриці SWOT-аналізу, побудова карти груп стратегічних конкурентів підприємства).

Питання розвитку та консолідації на світовому фармацевтичному ринку досліджували міжнародні консалтингові компанії PwC, McKinsey, E&Y. Проблематиці імплементації корпоративних стратегій на світовому фармацевтичному ринку присвячені щорічні звіти фахового видання Evaluate Pharm Grand View Research та регуляторного органу США — FDA: Food and Drug Administration.

Процес розробки патенту на препарат займає в середньому 12-15 років. Попит на лікарські засоби, безпосередньо пов'язаний зі здоров'ям та життям людини, тому ліки мають високий пріоритет у суспільстві, що визначає особливості взаємозв'язку між попитом та пропозицією. Саме тому вивчення корпоративних стратегій компаній, які займаються розвитком і інноваціями у фармацевтичній сфері є актуальним. На рисунку 1 зображено фази процесу дослідження і розвитку лікарського препарату.

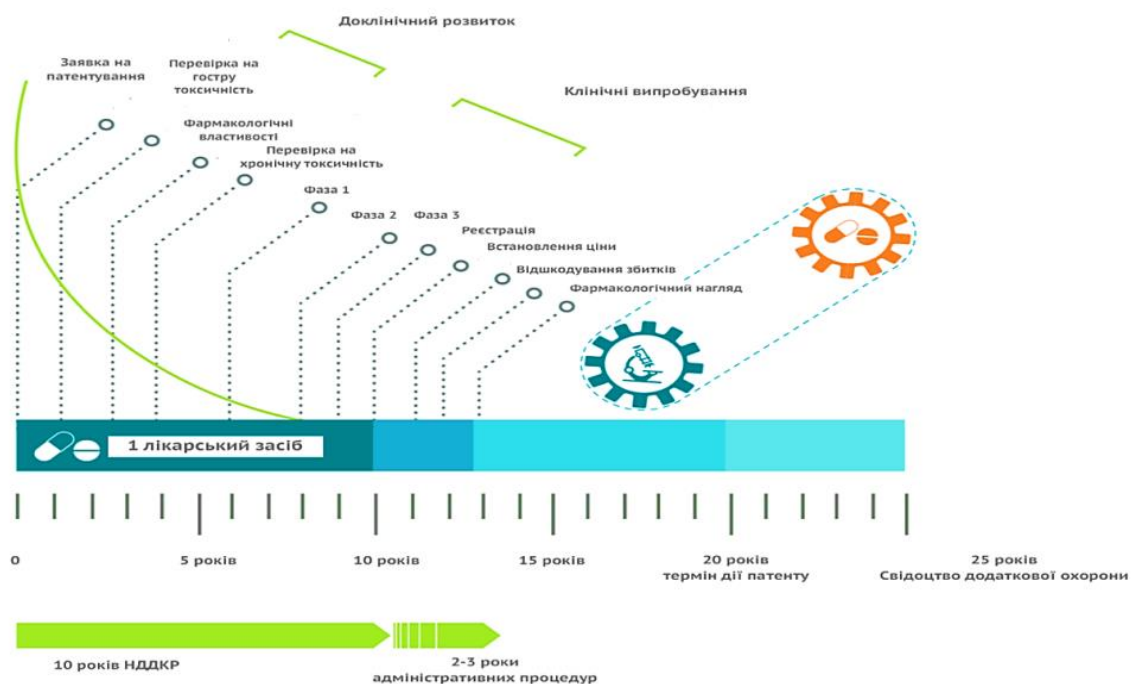


Рис. 1. Фази процесу дослідження і розвитку лікарського препарату [1]

В маркетинговому комплексі існує стратегія ціноутворення. Через специфічну структуру розподілу та продажу фармацевтичних препаратів для встановлення цін на лікарські засоби основними на ринку є наступні чотири стратегії: ціноутворення на основі витрат, вартості, оцінки конкуренції та цінове скидання [2]. Найчастіше на ринку фармацевтичної продукції використовується стратегія на основі оцінки конкуренції, за винятком продуктів, що виходять на ринок без конкуренції, таких як орфанні ліки. Другою за популярністю стратегією є ціноутворення на скидання. Традиційні маркетингові стратегії

фармацевтичних корпорацій трансформуються в умовах сьогодення: відбувається перехід від глобальної до локальної операційної моделі, яскравим прикладом чого є GlaxoSmithKline, яка в 2020 році імплементувала технології таргетингу в стилі Netflix.

Інвестиційні стратегії. Розширення лінійки продукції передбачають заміну основного інгредієнта таким чином, щоб побічні ефекти були зменшені або трансформація нової лікарської форми в таблетовану замість ін'єкційної. Також альтернативною стратегією є введення іншого бренду після закінчення дії патенту.

Найпоширенішою корпоративною стратегією на світовому фармацевтичному ринку є консолідація. Процес корпоративної консолідації фармацевтичних компаній дає можливість скоротити час та фінансові витрати на розробку нового препарату на 30-50 % і відповідно скорити вихід нового продукту на ринок [3].

Головною специфікою фармацевтичного ринку є існування нееластичного попиту на його продукцію, що стимулює компанії використовувати різні стратегії для постійного нарощування прибутків. Обґрунтовано пріоритетність корпоративної стратегії консолідації, яка дозволяє компаніям посідати лідируючі місця у світових фармацевтичних рейтингах та швидко нарощувати капіталізацію. Безперервні процеси консолідації зумовлюють поступову монополізацію галузі фармацевтичними гігантами. Визначено, що в умовах поступової монополізації ринку активізується інтегрування меншими конкурентами інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту, у процеси розробки препаратів та управління виробничими процесами. Так підрозділи фармацевтичних компаній утворюють стратегічні альянси з McKinsey, Intel, Big Data Institute, Microsoft для сумісного проведення клінічних досліджень.

Список літератури:

Pharmaceutical Industry in Figures, Key Data [Електронний ресурс] HEFPIA. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.efpia.eu/media/413006/the-pharmaceutical-industry-in-figures.pdf>.

PWC Analysis, Creating a stable drug pricing strategy in an unstable global market [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.pwc.com/us/en/industries/health-industries/health-research-institute/assets/pwc-2019-us-health-drug-pricing-digital.pdf>.

EY, Die größten Pharmafirmen weltweit, Analyse der wichtigsten Finanzkennzahlen der Geschäftsjahre 2016, 2017 und 2018 [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу до

Андрунін А.В.

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

Світовий агропродовольчий ринок безпосередньо пов'язаний з продовольчою безпекою країн світу і визначення тенденцій його розвитку є важливим для подальшого моделювання стратегій не тільки для підприємств, які займаються виробництвом і розповсюдженням продукції, а й для моделювання стратегій урядів країн світу, для забезпечення продовольчої безпеки громадян.

Для систематизації трендів агропродовольчого ринку їх було розподілено на такі групи: макроекономічні, ті які стосуються споживання товарів, виробництва та торгівлі. Графічне зображення трендів наведено на рисунку нижче.

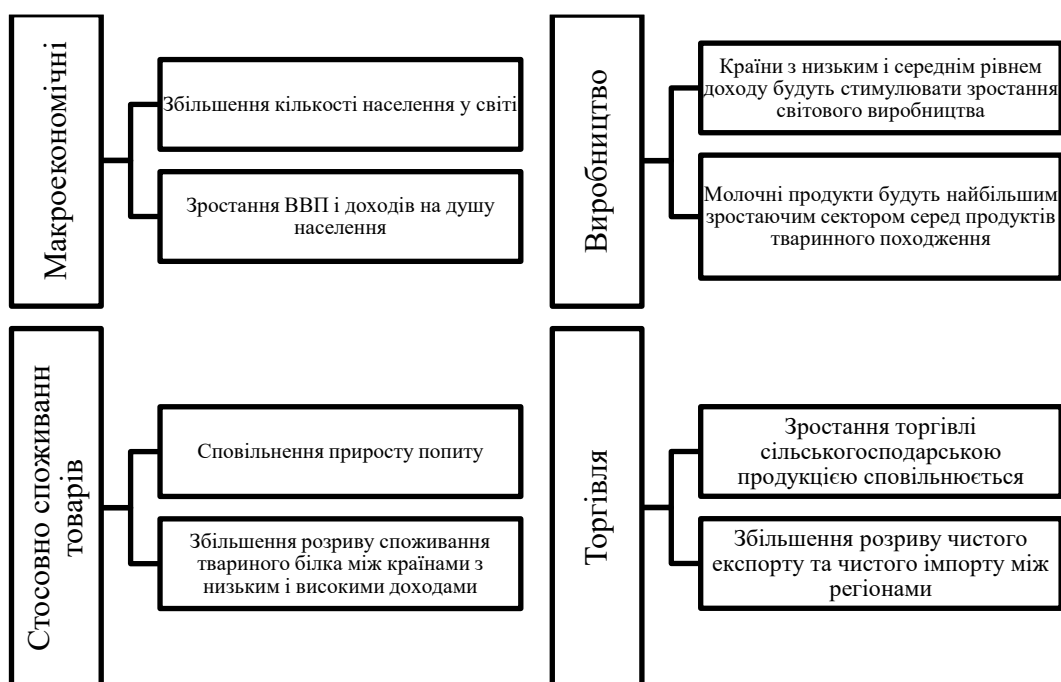


Рисунок 1. Тренди розвитку агропродовольчого ринку

- Збільшення кількості населення у світі.

Слід відзначити стійку глобальну тенденцію до збільшення кількості населення у світі. У 2000 р. чисельність населення світу становила 6.14 млрд осіб, в 2020 р. кількість населення вже становила 7,75 млрд. осіб[1]. Згідно прогнозів

ООН кількість населення продовжить рости і в 2030 році кількість населення буде близько 8,5 млрд осіб [2].

- Зростання ВВП і доходів на душу населення.

Після падіння світового ВВП на 4,7% в 2020 році, є очікування щодо його стрімкого відновлення до рівня перед пандемією в 2021-2022 роках і прогнозується його подальший ріст напротязі наступного десятиліття в середньому на 2,9%. Однак це відновлення буде нерівномірним між країнами і регіонами. Очікується, що відновлення буде найшвидшим в Азії. У Південно-Східній Азії та Індії відновлення, за прогнозами, буде досягнуто до 2021 і 2022 рр. відповідно. Очікується, що країни-члени ОЕСР та Субсахарська Африка досягнуть рівня 2019 року до 2022 року. В Північній Африці, Латинській Америці, Карибському басейні та на Близькому Сході відновлення буде повільнішим і буде досягнуто до 2023 року [3].

- Зростання попиту на сільськогосподарську продукцію сповільниться і буде обумовлено переважно зростанням кількості населення.

Світовий попит на сільськогосподарські товари, за прогнозами ОЕСР, протягом наступного десятиліття буде зростати на 1,2% річних; що значно нижче зростання в останньому десятилітті (2,2% річних). В основному це пов'язано з очікуваним уповільненням зростання попиту в Китаї та іншими країнами, що розвиваються[4].

- Збільшення розриву в споживанні тваринного білка між країнами з низьким рівнем доходу і країнами з середнім і високим рівнем доходу.

Очікується, що в країнах з високим рівнем доходу на душу населення доступність тваринного білка буде повільно зростати протягом наступного десятиліття, в той час як в країнах з низьким доходом приріст тваринного білка хоч і буде, але значно менший в порівнянні з іншими країнами. Крім того, через проблеми зі здоров'ям та навколишнім середовищем споживачі все частіше замінюють червоне м'ясо на м'ясо птиці та молочні продукти [4].

- Стимулювання світового виробництва буде відбуватись переважно країнами з низьким і середнім рівнями доходу.

Протягом наступного десятиліття світове сільськогосподарське виробництво, за прогнозами ОЕСР, збільшиться на 1,4% річних, тобто уповільниться в порівнянні зі зростанням виробництва, що спостерігалось за останнє десятиліття на 0,3% річних [4]. Зростання виробництва буде відбуватись у країнах, що розвиваються, і в країнах з низьким рівнем доходу, що буде обумовлено збільшенням інвестицій у сільськогосподарську інфраструктуру, розробку нових і вдосконалення старих методів обробки продуктів і збільшення ефективності менеджерів у цих регіонах.

- Молочні продукти будуть найбільшим зростаючим сектором серед продуктів тваринного походження.

Очікується, що світове виробництво молока збільшиться на 22% [4]. Збільшення молочного виробництва буде обумовлене оптимізацією систем виробництва молока, приділенням більшої уваги здоров'ю тварин, підвищенням ефективності їх вигодовування, а також розширення поголів'я доїльних тварин. Збільшення виробництва буде значною мірою підтримане споживчим попитом на свіжі молочні продукти в азійських країнах.

- Зростання торгівлі сільськогосподарською продукцією сповільнюється.

Торгівля все більше буде відображати розбіжність попиту і пропозиції між торговими партнерами. В деяких регіонах, за прогнозами ОЕСР, буде збільшуватись кількість населення або збільшення попиту на продовольство, але цей попит буде неможливо задовольнити внутрішніми ресурсами цих регіонів. Таким чином, сільськогосподарська торгівля відіграватиме все більшу роль у забезпеченні глобальної продовольчої безпеки та підключенню виробників до диверсифікованого споживчого попиту в усьому світі [4].

Також варто зазначити, що вплив змін клімату на виробництво та розвиток хвороб рослин і тварин негативно вплинуть на пропозицію. Торгівля допоможе згладити коливання продовольчих запасів і зменшити виробничі ризики в різних країнах, виступаючи в якості буфера в разі внутрішніх або зовнішніх потрясінь.

Дослідження сучасних трендів світового агропродовольчого ринку дає підстави стверджувати, що аграрний і харчовий сектори

продемонстрували високу стійкість в умовах глобальної пандемії COVID-19 порівняно з іншими секторами економіки. Головною проблемою для агропромислового сектору стали карантинні обмеження, які призвели до подорожчання робочої сили і ускладнення ланцюгів поставок продукції між країнами, що негативно вплинуло на ціну кінцевої продукції. Головною проблемою для агропродовольчого ринку може стати зменшення купівельної спроможності споживачів, що вплине негативно на такі групи товарів, як м'ясо та молочні продукти, адже люди будуть більше уваги приділяти ціні, а не поживним властивостям продукції. Втім, більшість прогнозів передбачають економічне відновлення вже у 2022 році, а Китай ще в 2020 році досяг позитивної динаміки зростання ВВП.

Список літератури:

1. WorldBank, Population, total [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>
2. Population 2030 - theUnitedNations[Електронний ресурс] –Режим доступу до ресурсу: <https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Population2030.pdf>
3. OECD (2021), OECD Economic Outlook, Interim Report March 2021, OECD Publishing, Paris, [Електронний ресурс] –<https://dx.doi.org/10.1787/34bfd999-en>
4. OECD/FAO (2021), “OECD-FAO Agricultural Outlook”, [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.fao.org/publications/card/en/c/CB5339EN>

Бакішев М.П.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ МІГРАЦІЙНОЇ КРИЗИ В ЄВРОПІ

Міграційна криза – це скорочення від «криза з міграційними вимірами». Міграційна криза може спричинити переміщення населення всередині або за межі країни. Це може відбуватися раптово або поступово, на нього впливають міграційні переміщення до кризи, а також зміни в наступних моделях міграції. Термін міграційна криза описує складні і загалом великомасштабні міграційні потоки, а також моделі мобільності, викликані кризою, які часто призводять до значної вразливості для постраждалих людей і громад і створюють серйозні проблеми з управління міграцією в довгостроковій перспективі[1].

Щоб ефективно реагувати на різні сценарії міграційної кризи, МОМ у 2012 р. розробила Операційну систему міграційної кризи (МСОФ) для підтримки

постраждалих громад у доступі до своїх основних прав на захист та допомогу. Основа базується на міжнародному гуманітарному законодавстві та законодавстві з прав людини, а також на гуманітарних принципах. Він також поєднує гуманітарну діяльність, відновлення та перехід до розвитку з послугами з управління міграцією як наскрізний пріоритет.МСОФ має 3 стовпи: (часова фаза, тобто до, під час та після кризи; 2 – 15 секторів допомоги, від гуманітарної до розвитку для подолання міграційної кризи та її наслідків у короткостроковій, середньостроковій та довгостроковій перспективі;

необхідність асоціації та координації з відповідними суб'єктами, секторними групами, координованими ОСНА, та створеними системами Організації Об'єднаних Націй [2].

У певному сенсі, прикордонна криза між Польщею та Білоруссю – це геополітичний конфлікт, в якому біженці та мігранти просто є зброєю. У травні Білорусь збила цивільний лайнер, щоб заарештувати дисидента на борту. Європейський Союз в якості покарання ввів економічні санкції проти Білорусі. Тепер, очевидно, у помсту Білорусь надає візити сячам жителів Близького Сходу і відвозить їх до кордонів Польщі, Латвії та Литви, усіх країн ЄС і країни повинні потіма або обробити їх, або дозволити їм замерзнути на кордоні, що до сібулоїх перевагою [3]. Європейські чиновники неодноразово наголошували, через політику, спрямовану на потенційних мігрантів за кордон подорожі стали більш небезпечними. Коли багато хто перетнув Середземне море на маленьких човнах, ЄС скоротила пошуково-рятувальні місії, обмежила групи допомоги і навіть закрила свої порти для аварійно-рятувальних суден. Це передбачувано збільшило кількість людей, які потонули при спробі перетнути, іноді на сотні. І деякі дослідники вважають, що ці зусилля насправді не завадили людям приїхати. Морські переходи залишаються численними, і біженці часто кажуть, що вони тікають від набагато більш відчайдушних або небезпечних обставин. Можливо, тому була запроваджена стратегія перехоплення мігрантів на периферії ЄС. Наприклад, Італія передала Лівії 5 млрд. євро в рамках такої угоди в 2007 р. Диктатура Лівії здобула більше поступок, деякі з яких фінансові, а інші

дипломатичні, навіть коли була керована одним із найбільш репресивних урядів у світі[3].

Ця та подібні угоди з іншими країнами виявилися ефективними для Європейського Союзу, де з 2015 р. кількість біженців скоротилася на дві третини. Але відтоді глобальна криза біженців майже не послабилася, просто вдалося розвантажити її в бідніші та авторитарніші країни на своїй периферії, звільнивши себе від юридичних зобов'язань і від необхідності нести значні людські витрати своєї політики. Цей набір пріоритетів стосується і з протистояння з Білоруссю. Уряд Польщі, окрім того, що відмовився розглядати людей, які тулилися на кордоні, заблокував відвідування кордону журналістам та агентствам допомоги. Навіть лікарям заборонено відвідувати, незважаючи на те, що вважається зростаючим ризиком смерті. Незрозуміло, чим це відрізняється від запобігання прибуття біженців і мігрантів, змушуючи їх потрапити в надзвичайно небезпечні обставини в Середземному морі або в Північній Африці. Можливо, різниця полягає в тому, що в звичайній європейській стратегії цих людей тримають поза увагою, далеко від Європи, і затримують опосередковано, щоб європейці не відчували себе винними. Тепер сцена, яка зазвичай розгортається в Тріполі, розгортається на польському кордоні. Хоча було б легко покласти відповідальність повністю на правий уряд Польщі, який часто порушував більш ліберальні норми блоку, він може бути не таким далеким від уподобань Європейського Союзу[4].

Отже, загострення міграційних проблем свідчить про зростання глобалізаційних процесів в взаємозалежному світі; виявляє сильний і слабкий бік європейської інтеграції; не врегульованою залишається питання біженців в усьому світі.

Список літератури:

1. Costa Arcarazo, Diego, and Luisa Feline Freier. 2015. "Turning the Immigration Policy Paradox Upside Down? Populist Liberalism and Discursive Gaps in South America," *International Migration Review* 49(3): 659–696.
2. Arango, Joaquin. 2000. "Explaining Migration: A Critical View," *International Social Science Journal* 52(165): 283–296.

- 3.2016. "The effect of visas on migration processes," *International Migration Review* 51(4): 893
4. Lind, Dara. "The child migrant crisis seems to be over. What happened?". Vox.

Бас Д.М.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА КРАЇН АЗІАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Азіатський напрям тривалий час перебував на периферії зовнішньої політики України. Після набуття Україною незалежності у рамках перших концептуальних документів був задекларований намір розвивати відносини з «країнами Азіатсько-Тихоокеанського регіону, що відіграють помітну роль у світовій та регіональній політиці, мають високий рівень економічного розвитку, розташовані у стратегічно важливих для Української держави регіонах» [1]. Проте певний час відносини з азіатськими країнами характеризувалися безсистемністю. Невизначеність концептуальних підходів до азіатського регіону призвела до звуження відносин України з країнами Азії переважно до економічної співпраці приватних компаній. Роль держави у розбудові азіатського вектору зовнішньої політики України обмежилась підтримкою розвитку торгівлі. Винятком стали окремі двосторонні проекти у військово-технічній та аерокосмічній галузях, що не набули системного характеру.

На держави Південної Азії припадає 19 % товарообороту України з азіатськими державами, що передусім пов'язано з географічним розташуванням у цьому субрегіоні Індії. Внаслідок об'єктивної асиметричності Південної Азії решта держав регіону перебувають у тіні Індії. Загальний обсяг товарообороту між Україною та державами Південної Азії у 2020 р. становив 3,6 млрд дол. США(+2.74%). При цьому сальдо з країнами регіону залишається додатним, що говорить про ефективність ЗЕД і потенційні можливості для розвитку. [2]

Сприятливими чинниками для розвитку виробничо-інвестиційної співпраці з південноазіатськими державами є їхня зацікавленість в українських технологіях та розвиток ними промисловості за активної участі урядів країн у плануванні, фінансуванні та реалізації проектів.

Значне негативне сальдо товарообороту України з азіатськими країнами є макроекономічною проблемою і в перспективі відіграватиме роль стримуючого чинника для здійснення ефективної політики України в Азії. Збільшення українського експорту до Азії потребує реалізації стратегії пошуку ніш на регіональних ринках. Україні доцільно звернути увагу на умовно менш розвинені держави, попит на ринках яких може мати не лише українська сировинна продукція, а й продукція машинобудування, а також технології. Ще одним можливим напрямом є розвиток торгівлі зі значними за кількістю населення державами, попит на ринках яких на всі види товарів постійно зростає. Збільшення експорту до цих країн може значною мірою компенсувати негативний баланс у торгівлі з найбільшими азіатськими економіками.

Яскравим прикладом успішного та взаємовигідного використання потенціалу економічного розвитку можуть бути торгово-економічні відносини з Пакистаном. За 2020 р. двосторонній товарообіг досяг 411,814 млн. дол. США, у тому числі український експорт – 331,096 млн. дол. (зростання на 525,7% порівняно до 2019 р.), пакистанський імпорт – 81,276 млн. дол. (+3,9% до 2019 р.), позитивне для України сальдо склало 250,319 млн. дол. Зростання українського експорту відбулося за рахунок зернових культур (на 121 432 %), які склали 78% загального обсягу експорту; чорних металів (+13%), 8,8 % у структурі експорту; котлів та машин (+90%), 6,5% у структурі експорту. В українському експорті домінують овочі та зернові культури (81 %), чорні метали (8,8%), котли та машини (6,5%), продукція харчової промисловості (2%). Пакистан постачає до нашої країни текстиль (39,4%), одяг (9,8%), рис (8,7%), їстівні плоди та горіхи (8,4%), бавовну (7,3%)[3].

У відносинах з Ісламською Республікою Пакистан Україна прагне збільшувати обсяги та диверсифікувати структуру експорту, нарощувати співробітництво в агропромисловій, освітній та туристичній сферах, а також налагоджувати промислову кооперацію для залучення українських юридичних осіб до реалізації пакистанських національних та регіональних інфраструктурних проєктів[4].

Реальний показник двостороннього товарообігу є більшим за дані офіційної статистики, оскільки частина українських та пакистанських товарів постачається відповідно в Пакистан та Україну через треті країни. Окрім того, до статистичних даних Державна служба статистики України не включає номенклатуру ВТС.

Розвиток двосторонніх зовнішньоекономічних відносин України з країнами Азіатського регіону має значні перспективи та великий потенціал. Однак його реалізація має спиратись на розробку та впровадження дієвої стратегії на національному та корпоративному рівнях. Зокрема найбільш ефективними вважаємо такі інструменти:

- Відновлення обсягів товарообороту (передусім за рахунок збільшення українського експорту) з тими державами, обсяги торгівлі з якими скоротилися під впливом світової фінансово-економічної кризи.

- Вирівнювання балансу торгівлі з азіатськими державами з перспективою формування позитивного сальдо у цій торгівлі.

- Зміцнення договірно-правової бази економічної співпраці з провідними партнерами та державами, відносини з якими мають найбільші перспективи.

- Долучення до модернізації енергетики та металургійної промисловості країн, розвитку транспортної інфраструктури, долучення до регіональних проєктів розвитку.

Список літератури:

1. Українська призма: Зовнішня політика 2020. Аналітичне дослідження. ГО «Рада зовнішньої політики “Українська призма”», Фонд ім. Ф. Еберта. Київ, 2021. 344 с.
2. Pakistaneconomicsurvey 2020-21. 2021. URL: http://www.finance.gov.pk/survey/chapters_21/08-Trade%20and%20payments.pdf
3. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Про Стратегію зовнішньополітичної діяльності України. Указ Президента України №448/2021 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 30 липня 2021 року. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4482021-40017>

Бевзюк Л.В.

ГЛОБАЛЬНЕ КОНКУРЕНТНЕ ЛІДЕРСТВО США

У контексті глобалізації, з одного боку, та глобального пошуку конкурентоспроможності, з іншого, можна стверджувати, що «економіка з

низькою вартістю» – прагнення до «цінової конкурентоспроможності» є важливою для економіки з низьким рівнем доходу. Для більш багатих країн цінова конкурентоспроможність продовжує бути важливою, якщо округ постачає однорідну продукцію з низькою доданою вартістю. За ці товари фірма або країна можуть конкурувати, лише якщо її ціна дорівнює або менша, ніж у інших виробників. Для складних товарів, що мають великий потенціал для диференціації товару, якість та інновації визначають конкурентну перевагу («конкурентоспроможність за якістю», «технологічна конкурентоспроможність»). Стратегія з низькими витратами є можливою для країн з низьким рівнем доходу, а країнам з високою заробітною платою в кінцевому підсумку не залишається іншого вибору, ніж конкурувати за якістю та технологіями» [1].

Коли процес глобалізації швидко та інтенсивно поширюється, підходи у пошуку (глобальної) конкурентоспроможності в галузі стають все більш складними – тиск та загрози постійно зростають, внаслідок чого фірми починають делікатно та витончено реагувати, щоб вижити, за цих обставин. Отже, можливість їх виявлення та їх можливого впливу відрізнятиме успішні фірми від тих, що зазнають невдачі.

На сучасному етапі лідерство США у світовій економіці забезпечується головним чином над іншими країнами за масштабами і багатством ринку, ступенем розвитку ринкових структур, рівнем науково-технічного потенціалу, потужної і розгалуженої системи світогосподарських зв'язків з іншими країнами по лінії торгівлі, інвестицій і банківського капіталу.

США – це передова держава, що володіє великою виробничою потужністю і величезним потенціалом розвитку. Це єдина країна світу, економіка якої вийшла з Другої світової війни значно сильнішою, ніж напередодні. У перші повоєнні десятиліття лідируюче положення США у світовому господарстві було безперечним. Війна позбавила цю країну від серйозних конкурентів, але ненадовго. Економічний підйом Західної Європи і промисловий ривок Японії істотно змінили це положення.

Загроза лідируючої ролі США у світовому господарстві викликала необхідність рішучих заходів: в США суттєво зросли витрати на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, прискорилися і поглибилися процеси перебудови промисловості на користь наукомістких галузей, виникли і отримали розвиток нові методи стимулювання науково-технічного прогресу.

США, будучи одним з лідерів інноваційного розвитку, займає одне із перших місць в світі за ключовими показниками, які характеризують як рівень економічного розвитку, так і позиції країни в світогосподарських зв'язках. Довгі роки, навіть десятиліття, економічне і геополітичне лідерство США не викликало сумнівів. Але, оскільки світ в XXI столітті стає все більш поліцентричним, позиції США вже не є настільки безумовно домінуючими за всіма показниками, хоча і залишаються провідними в ключових макроекономічних характеристиках.

Про рівень економічного розвитку країни багато говорить стан її науково-технічного потенціалу. США утримують безумовне лідерство як за масштабами такого потенціалу, так і за його результативністю. Так, в 2020 році на частку США припадало 25,2% всіх світових інвестицій в науку. Абсолютні розміри витрат на НДДКР США склали 580,2 млрд. доларів, випереджаючи всі інші країни-лідери (Китай – 574,4 млрд. дол., Японія – 181,10 млрд. дол., Німеччина – 121,65 млрд. дол., Південна Корея – 87,11 млрд. дол., Індія – 85,92 млрд. дол., Франція – 64,46 млрд. дол., Росія – 58,92 млрд. дол., Великобританія – 49,77 млрд. дол., Бразилія – 37,11 млрд. дол.). За часткою витрат на НДДКР в ВВП США поступаються п'яти країнам. У першу п'ятірку країн за часткою витрат на НДДКР в ВВП в 2020 році входили: Південна Корея (4,35%), Австрія (4,05%), Японія (3,5%), Туреччина (3,3%) і Ізраїль (3,0%). Однак оскільки навіть в сукупності ВВП цих країн істотно поступається американському, реальними конкурентами Америки вони не виступають [2].

Важливим показником, що відображає позиції країни в області науки і інновацій, є так званий глобальний інноваційний індекс, розроблений Всесвітньою організацією інтелектуальної власності. У 2020 року в рейтингу країн за ступенем інноваційної активності США знаходилися на третьому місці, поступаючись

Швейцарії і Швеції. Серед великих країн вони безумовний лідер (Великобританія знаходиться на четвертому місці, Німеччина – на дев'ятому, Франція – на 12-му, Китай – на 14-му, Японія – на 16-му, Франція – на 16-му) [3, с. 32].

Таким чином, США є лідером у світі в галузі науки та інновацій, науково-технологічній сфері, за масштабами і багатством ринку.

Список літератури:

1. Aiginger, K. (2006). Competitiveness: From a dangerous obsession to a welfare creating ability with positive externalities. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 6(2), 161-177. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10842-006-9475-6>
2. 2021 Global R&D Funding Forecast released. URL: <https://www.rdworldonline.com/2021-global-rd-funding-forecast-released/>
3. Global Innovation Index 2020. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf

Бобровський М.Ю.

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ВЕКТОР КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

У сучасному світі євроінтеграція є одним із найважливіших елементів міжнародного співробітництва. Водночас, для забезпечення більш ефективної співпраці, необхідно також досягти певного ступеня відповідності правовим системам різних країн.

Актуальність цієї теми полягає в тому, що євроінтеграція – це процес реформ у всіх сферах нашого життя, поєднання економічного розвитку та високого рівня соціального захисту, особистої безпеки та демократичної свободи – це ідеальний рух, якого прагнуть українські громадяни. Отже, за нових і якісно різних рівнів розвитку євроінтеграційного процесу на даному етапі безсумнівним є вивчення сутності та змісту європейської інтеграції України, дослідження актуальності євроінтеграційних підходів та правових засобів.

У процесі дослідження використано методи теоретичного узагальнення і порівняння, аналізу і синтезу, наукової абстракції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом перших кількох років після здобуття незалежності європейська інтеграція України була в центрі уваги

закордонних та відчизняних науковців, які досліджували тему євроінтеграції. На цьому етапі науково -теоретичною основою предметного дослідження є наукові праці вчених, а саме: А. Татама, В. Кернза, Г. Дейвіса, Дж. Вінера, А.Довгерта, В. Опришка, В. Муравйова, Ю. Шемшученка, А. Кривоногова та інших.

За сучасних умов концептуальні засади формування та реалізації української національної політики у сфері європейської інтеграції мають враховувати необхідність подолання невідповідності обраної стратегії існуючій структурі євроінтеграційної структури державного управління країни:

- привести українське законодавство у відповідність до правових принципів ЄС;

- прийняття закону про основні засади національної політики України у сфері європейської інтеграції;

- забезпечити перехід від поточної «стратегії намірів» до «стратегії підготовки до вступу до ЄС»;

- створити спеціальний орган державного управління, наприклад міністерство, функцією якого є формулювання та впровадження державної політики та забезпечення правового нагляду за існуючими проблемами української європейської інтеграції [1].

Крім того, масштаби процесу європейської інтеграції України та виконання умов союзної угоди, а також вплив цих процесів на життя кожного громадянина вимагають широкого охоплення та обмінів. Зрештою, хоча українці прагнуть повернутися до європейської сім'ї, а стратегія вступу України до Європейського Союзу чітко прописана в нормативно-правових актах, цей процес та його наслідки часто не до кінця зрозумілі громадськості, тому весь процес є неоднозначним. Особливо серйозною ця проблема є на регіональному та місцевому рівнях, де досі домінує погляд на євроінтеграцію як на суто зовнішній процес, який не має нічого спільного з внутрішніми змінами в державі та громадянах [2].

Важливою подією інтеграції України до Європейського Союзу в Європі є внесення змін до Конституції України, яка є стратегічною політикою щодо

набуття Україною повноправного членства в Європейському Союзі та Організації Північноатлантичного договору. Отже, українська Конституція підтверджує європейську ідентичність українського народу та незворотність українського європейського процесу, а також стратегічний процес отримання країни офіційного вступу України до Європейського Союзу [3].

Отже, для того щоб Україна стала асоційованим членом ЄС, потрібно досягти таких цілей:

- стати кандидатом на членство в ЄС;
- активно вести переговори про приєднання та затвердження угоди про вступ, отримати повноцінне членство України в ЄС під певним кутом зору (наприклад, до 2030 року). При цьому стратегія соціально-економічного розвитку України має враховувати ці цілі, концепції, напрями та етапи європейської інтеграції та забезпечувати їх реалізацію як пріоритет у сучасних викликах, які стоять перед нашою державою.

Окрім реалізації «Угоди про асоціацію», процес інтеграції України в Європу також має прогресувати у таких сферах:

- Контакт з Шенгенською зоною;
- Приєднатися до Митного союзу ЄС;
- Приєднатися до Енергетичного союзу ЄС;
- Набуття чинності у сфері загальної авіації;
- Приєднатися до єдиного цифрового ринку тощо [4].

Список літератури:

1. Бакуменко В. Д. Системно-ситуаційний аналіз державного управління процесами європейської та євроатлантичної інтеграції України. Механізми регулювання інтеграційних процесів в Україні: навч. посіб. / [І. В. Артёмов, В. Д. Бакуменко, В. Д. Бондаренко та ін.]. Ужгород: Ліра, 2009. С. 81 – 99.

2. Стратегія комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018 – 2021 роки: схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 25 жовт. 2017 р. № 779-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/250383204>.

3. Про внесення змін до Конституції України (щодо стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства України в Європейському Союзі та в Організації Північноатлантичного договору): Закон України від 7 лют. 2019 р. № 2680-VIII. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/t192680?an=8&ed=2019_02_07.

4. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році: послання Президента України до Верховної Ради України від 7 верес. 2017 р. URL: <http://www.president.gov.ua/news/poslannya-prezidenta-ukrayini-do-verhovnoyi-radi-ukrayini-pr-43086>.

Букоємський О.С.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ПОТОКІВ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Пандемія COVID-19 спричинила найгіршу світову кризу з кінця Другої світової війни. Причому вона наочно продемонструвала, вивела назовні наявні глибокі зриви на соціальному, економічному та політичному рівнях у всіх суспільствах світу. Міграція не стала винятком, адже пандемія перерізала шляхи мобільності, обмежила свободу пересування, суттєво знизила кількість робочих місць, а, відповідно, і доходи працівників, зменшила грошові перекази мігрантів у країни походження. Проте, незважаючи на несприятливі умови, криза незвела нанівець міграцію. Світ вчиться жити по-новому, враховуючи пандемічні обмеження, в тому числі у сфері міжнародної міграції. Наявна криза також наочно продемонструвала, що в жодних умовах рух населення зупинити не вдасться, суттєво обмежити його інтенсивність – так, але міграційні процеси локалізувати неможливо.

Подальший розвиток пандемії вирішить питання про введення або скасування обмежень мобільності, скорегує міграційні рухи, дозволить економікам відновитись або підштовхне їх до подальшої рецесії. Економіки багатьох розвинутих країн мігрантозалежні в глобальних умовах. Усе це значною мірою також вплине на розміри та напрями формальних і неформальних міграційних потоків у майбутньому. За результатами дослідження можна визначити головні прогностичні тенденції розвитку міграційних процесів у період пандемії. Перш за все, розвиток кризи COVID-19 буде лише посилюватися, враховуючи вже відомі мутації і нові різновиди вірусу. Це, в свою чергу спричинить поглиблення нерівності між ВВП і рівнем життя[1]. Країни з більш високим рівнем доходу відновляться швидше як в економічному, так і в соціальному плані, а наслідки дисбалансу посилять короткочасний міграційний тиск у 2021 р. Досить передбачуваною тенденцією є підвищений тиск на

міграційну політику внаслідок пандемії. Економічний підйом після наслідків COVID-19 може ще більше посилити офіційну та неформальну міграцію до розвинутих країн, створивши більше можливостей для новоприбулих іммігрантів, ніж для національних трудових ресурсів. Така тенденція -наслідок посилення еміграційного тиску в країнах з низьким і середнім доходом та підвищеним попитом на імміграцію в країнах з високим рівнем доходу.

Останні оцінки говорять про 272 мільйони міжнародних мігрантів у 2020 році, що становить 3,5 % населення світу, даний показник має помірне зростання. Причому дві третини всіх міжнародних мігрантів – трудові. Головною причиною відносного збільшення загального обсягу міжнародної міграції є глобальне зростання регіональних та міжнаціональних конфліктів. У період між 1993 та 2019 рр. кількість переміщених у всьому світі зросла більш ніж утричі – з 21,4 млн до 79,5 млн; кількість внутрішньо переміщених осіб зросла більш ніж у 10 разів з 4,2 млн до 45,7 млн осіб. Внутрішні конфлікти призводять до найбільшої кількості переміщених осіб.

Початок кризи COVID-19 у березні 2020 року та негайне запровадження широких обмежень щодо мобільності та міграції одразу ж глибоко вплинули на міжнародну міграцію. У першій половині 2020 року відбулося зменшення міжнародних поїздок на 65%, що вплинуло не лише на мобільність, а й на міграцію. За даними МОП, у цей період обмеження мобільності зазнали понад 160 млн. робітників-мігрантів, а близько 3 млн. – опинились на кордоні за межами місця свого звичайного проживання і не змогли повернутися через обмеження пересування [2]. Надзвичайно важливим є економічний вплив пандемії. Економічні диспропорції між регіонами світу – головні рушії міжнародної міграції. Однак економічні фактори корелюють і з регіональними конфліктами. Глибока ковідна рецесія здійснила додатковий тиск на слабкі урядові структури і загострила внутрішні та міжнародні конфліктні ситуації. Ця тенденція триватиме ще певний час і, ймовірно, призведе до збільшення міграційних потоків населення. До кінця 2021 року кількість бідних у світі, які живуть у нестабільних і конфліктних ситуаціях, збільшиться на 14 мільйонів у порівнянні з 2019 роком

[1]. Ситуація з боргами, особливо в країнах з низьким рівнем доходу, ще більше загостриться, через виснаження ресурсів для боротьби з пандемією та допомоги найбільш економічно вразливим верствам населення. У 2020 році світовий дохід від праці зменшився більш ніж на 10% порівняно з 2019 роком. Загалом, глобальна втрата доходу дорівнює втраті понад 240 мільйонів робочих місць. Обмеження пересування призвели до 70% падіння світового туризму. Це також має величезний вплив на економіки та суспільства країн з низьким та середнім рівнем доходу, які значною мірою залежать від цього сектору. Також слід відмітити глобальне падіння грошових переказів на 14%; ускладнюючи для сімей мігрантів покриття нагальних видатків [1]. Нові хвилі пандемії створили величезні виклики для всіх країн щодо пом'якшення наслідків коронакризи для здоров'я та економіки.

Проте, за прогнозами, очкується збільшення глобальної економіки на 4 % у 2021 році [3]. Це менше зростання, ніж давали оціночні прогнози спочатку, але достатнє для підвищення економічного оптимізму, споживання та інвестицій. Проте, вихід з поточної кризової ситуації передбачається довгим і тривалим для всіх регіонів світу. Деякі з менш розвинутих економік можуть мати навіть вищі темпи зростання, ніж розвинуті, проте всі країни будуть мати значне відставання від прогнозів до пандемічного зростання.

Серед визначальних факторів міжнародної міграції в контексті сучасних викликів доцільно виділити дві групи: 1) довгострокові фактори, пов'язані з конфліктом, економічними дисбалансами, соціально-економічним розвитком та демографічними дисбалансами; 2) наслідки пандемії COVID-19, пов'язані з міграцією, які отримають поширення на наступні роки. Зазначені фактори продовжуватимуть нарощувати глобальний потенціал міжнародної міграції. При цьому, конфлікти будуть і надалі відігравати особливу роль і збільшувати частку втечі та переміщення серед міграційних потоків. Пандемія не припинить міграцію, а сприятиме поглибленню глобального економічного дисбалансу і посилить тиск на людей, що залучаються до міграційних процесів у пошуках гідного життя чи кращого майбутнього.

Список літератури:

1. ICMPD Migration Outlook 2021 Seventhingstolookoutforin 2021 Origins, keyeventsandprioritiesforEurope // Режим доступу:https://www.icmpd.org/fileadmin/2017/ICMPD_Migration_Outlook_2021.pdf?utm_source=CleverReach+GmbH+&utm_medium=email&utm_campaign=25-01-2021+Migration+Outlook+2021+%28full+publication%29&utm_content=Mailing_12489485
2. International Organization for Migration (IOM), COVID-19 and Stranded Migrants, Issue Brief, 2 June 2020.
3. World Bank Group, Global Economic Perspectives, January 2021.

Бурковський М.С.

ПОТЕНЦІАЛ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЙ У СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ ОПЕРАЦІЯХ

Блокчейн – це багатофункціональна і багаторівнева інформаційна технологія, призначена для надійного обліку різних активів. Потенційно ця технологія охоплює всі без винятку сфери економічної діяльності і може мати безліч сфер застосування. У їх числі: фінанси, економіка і грошові розрахунки, а також операції з матеріальними (реальна власність, нерухомість, автомобілі) і нематеріальними (права голосування, ідеї, репутація, наміри, медичні дані, особиста інформація і т. п.) активами[1].

Багато науковців долучилось до розвитку теорії фінансових ринків. Теоретичні засади формування ринку фінансових послуг містяться в працях Д. Блекуелла, Д. Кідуелл, Р. Петерсона, П. Роуза, Дж. Синки та ін. Окремі аспекти впливу на фінансові послуги трендів розвитку світової економіки, лібералізації режиму діяльності містяться в роботах зарубіжних вчених К. Клаесенса, М. Коно, А. Матті, П. Саувена, В. Танці, Л. Шукнехта та ін.

Динамічний розвиток світового ринку фінансових послуг, фінансова глобалізація, повномасштабна криза глобальної фінансової системи обумовлюють необхідність дослідження сучасних тенденцій функціонування світового ринку фінансових послуг, технологій та інших факторів його розвитку і методів регулювання. Саме це зумовлює актуальність дослідження.

Існує кілька сфер застосування блокчейн, гідних особливо пильної уваги. Насамперед, це – фінансова сфера, для якої зараз розробляється більшість додатків блокчейн. Фінансові послуги є найбільшими «популярними» послугами у світі і в 2018 році на них припало 18,6% загального обсягу торгівлі послугами. Експорт цієї категорії послуг збільшився практично вдвічі в період у 2005 по 2020 рік. Найінтенсивніше зростання експорту фінансових послуг спостерігалось у Сполучених Штатів, які є явним лідером на цьому ринку останні 8 років. Частка США у глобальному експорті фінансових послуг наближається до 1/4 і склала 113 044 млн доларів США в 2018 році. Друге місце за часткою експорту займає Великобританія (83 075 млн. доларів США в 2018 році) і третє місце - Люксембург (64 289 млн. доларів США). Також, до великих постачальників фінансових послуг можна віднести Сінгапур, Німеччину, Гонконг і Швейцарію, на які припадає 1/5 всього експорту фінансових послуг.

Перелік технологічних рішень на основі блокчейну, здатних революціонізувати фінансову систему, досить великий. Це – міжбанківські розрахунки, розрахунки між юридичними та фізичними особами, платежі, цінні папери, кредитні історії. IBM, Microsoft та інші розробники блокчейн, які оголосили про надання послуг, заснованих на основі цієї технології, в основному фокусують свої зусилля на фінансовій сфері [2]. Експерти Європейського банку Santander оцінили потенційну економію від запровадження блокчейн-технологій у 15–20 млрд. дол. США на рік [3].

Із застосуванням блокчейн-технологій можуть бути реалізовані, такі ключові функції, як: прозорість, децентралізація та цифрові активи. В цілому, перевага технології «блокчейн» полягає в тому, вона дозволяє спростити виконання широкого спектру операцій, які зазвичай вимагають посередництва третьої сторони. Можливості блокчейн та криптовалюти вивчають і тестують багато центральних банків, у тому числі в Канаді, Сінгапурі та Англії, і, хоча ця технологія може становити серйозну загрозу для галузі, вони звичайно ж, все одно спробують отримати з її розвитку максимальну вигоду.

Щодо нашої держави, то в 2014 році НБУ зробив заяву щодо правового режиму біткоїну в країні[4]. Національний Банк акцентує увагу на тому, що використання біткойнів пов'язане з підвищеними ризиками через анонімність та децентралізованість операцій. На думку НБУ, біткойн є привабливими для протиправних дій, у тому числі відмивання коштів, отриманих злочинним шляхом, або для фінансування тероризму. НБУ вважає біткойн «грошовим сурогатом, який не має забезпечення реальною вартістю і не може використовуватися фізичними та юридичними особами на території України як засіб платежу, оскільки це суперечить нормам українського законодавства».

Запровадження регулювання ринку криптовалют в Україні відбувається вкрай повільно. Так, відзначимо, що 10 жовтня 2017 року у Верховній Раді України зареєстрували законопроект, згідно з яким криптовалюту пропонують визнати програмним кодом, який є об'єктом права власності. Проектом закону передбачено вільний обмін криптовалют, інші цінності, послуги чи товари [5].

Окремим аспектом криптовалют є труднощі з їх обліку, адже криптовалюти відповідають визначенню нематеріального активу. В цілому на сучасному етапі відбувається посилення регуляторних умов використання криптовалюти в світі. Таке посилення викликане в першу чергу, прагненням убезпечити економіку країни. Після того, як було зламано біржу Mt.Gox, внаслідок чого з рахунків останньої зникло 850000 BTC номіналом 473 млн. доларів США, ринку торгівлі біткойном знадобився цілий рік для відновлення до колишнього рівня.

Підсумовуючи, зазначимо, що переваг, які надає блокчейн-технологія значно більше. Завдяки ній, компанії мають змогу користуватися: відкритим кодом для майнінгу криптовалюти, відсутністю інфляції, одноранговою криптовалютною мережею, необмеженими можливостями транзакцій, децентралізацією, простотою у використанні та анонімністю. Хоча, кількість українських компаній, що створюють блокчейн-рішення, все ще не велика, ця технологія може незабаром стати однією з найбільш затребуваних на ринку.

Список літератури:

1. Realizing the Potential of Blockchain Technologies.WEF. September 2020. URL:http://www3.weforum.org/docs/WEF_Realizing_Potential_Блокчейн.pdf
2. Marr B. How Blockchain Technology Could Change The World. Forbes. May 2020. URL:

<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2016/05/27/how-blockchaintechnology-could-change-the-world/3/#61d645b5be18>

3. Семенов В. С. Криптовалюта у фінансах. ІА Vestifinance. Червень 2020 рік. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/91404>

4. Стельмах О.В. НБУ України. НБУ. Жовтень 2020 рік. URL: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=11879608/

5. Мороз О. Л. Україна легалізує криптовалюти. РКБ. Вересень 2021 року. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraina-legalizuet-kriptovalyuty-rada-prinyala-1631092083.html>

6. Коломієць А. В. Технологія Blockchain и страхування. INSA. Листопад 2020. URL: <http://www.insa.com.ua/blog/tehnologiyablockchain-i-strahovanie>.

Задра Д. Ю.

РОЛЬ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У ДОСЯГНЕНІ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Ще з часів нафтового шоку на початку 1970-х років енергетична безпека стала актуальною темою для наукових досліджень, а також для політиків і операторів енергетичного ринку[1]. Початкова концепція полягала в забезпеченні достатніх запасів енергії. Після нафтової кризи осені 1973 року західні країни, які тоді були основними країнами-імпортерами нафти, перетворили поняття енергетичної безпеки на поняття доступності поставок. Інакше кажучи, важливою була лише фізична наявність та достатність ресурсів.

Енергетична безпека означає різні речі для різних країн, залежно від їх географічного розташування; їх природно-ресурсної забезпеченості; їх економічного становища; їх статусу як виробника/експортера, споживача/імпортера чи транзитера; їх вразливістю до перебоїв в енергопостачанні; і стану їхніх міжнародних відносин[2].

Нині концепція енергетичної безпеки була переосмислена. Наразі вона включає значний перелік питань, зокрема, інфраструктуру, вплив на навколишнє середовище, соціальні наслідки, енергоефективність та державне управління[3]. Нова парадигма енергетичної безпеки тепер включає поняття диверсифікації та взаємозалежності, що натякає на географічну та технологічну диверсифікацію.

Диверсифікація має важливе значення для енергетичної безпеки: найпоширеніші джерела енергії, такі як сира нафта, вугілля та природний газ, є товарами (commodities) і, отже, підпадають під дію ринкових сил, що може

призвести до перебоїв у постачанні або непомірного зростання цін. Крім того, такі товари, як нафта, є більш вразливими до короткострокових шоків через геополітичні події, такі як міжнародні конфлікти чи терористичні атаки. Диверсифікація дозволяє суспільству нейтралізувати вплив шоків на ринку одного джерела енергії, наприклад, вугілля, шляхом збільшення використання іншого, зокрема, ядерної, сонячної енергії тощо[4].

Різноманітний енергетичний комплекс (energymix) зазвичай вважається важливою частиною енергетичної безпеки, оскільки наявність кількох джерел дозволяє економіці працювати без перебоїв у разі виникнення проблем з одним із джерел енергії.

Проте, у цьому випадку є винятки. Країни, які забезпечують себе всією енергією, яку вони споживають, можуть менше турбуватися про безпеку свого енергозабезпечення. Зі свого боку країна, яка імпортує значну частину споживаної енергії, повинна враховувати всі фактори, які можуть порушити постачання енергії з країни-експортера.

Для кращого розуміння співвідношення між диверсифікацією енергетичних ресурсів та енергетичною безпекою варто розглянути кілька прикладів.

Карибська острівна держава Тринідад і Тобаго не має значної різноманітності джерел енергопостачання. Споживання енергії країни на 88,5% складається з природного газу і 11,5% сирової нафти[5]. Тринідад і Тобаго добувають майже всі ці ресурси самостійно і використовують свій природний газ для виробництва близько 99% електроенергії.

Хоча енергетичний комплекс Тринідаду і Тобаго не є диверсифікованим, він є безпечним (з точки зору енергозабезпечення). Отже, хоча диверсифікація зазвичай веде до підвищення рівня енергетичної безпеки, є деякі винятки.

Натомість Японія імпортує майже всю свою нафту, природний газ та вугілля. Японія не добуває ці ресурси всередині країни і змушена покладатися на інші держави. Це означає, що енергетичний комплекс Японії більш диверсифікований, але менш безпечний, ніж у Тринідад і Тобаго.

Однак, навіть повна енергетична незалежність країни не означає повну її енергетичну безпечність, адже в наш час на перший план виходить зниження негативного впливу на екологію енергетичного та промислового сектору. Завдяки цьому зростає роль відновлюваної енергетики як у диверсифікації енергетичних ресурсів, так і у підвищенні рівня енергетичної безпеки країни.

Якщо раніше диверсифікація скоріше розглядалася як наявність багатьох постачальників одних і тих же викопних джерел енергії, то наразі більша увага приділяється збільшенню частки власних відновлюваних джерел в енергобалансі. Проте, для України, наприклад, диверсифікація постачальників викопного палива та сировини досі є не менш актуальною, ніж розвиток альтернативної енергетики. Диверсифікація енергетичного сектору у всіх її аспектах допоможе нашій країні позбутися негативного зовнішнього впливу на економіку та полегшить тягар імпорту енергетичних ресурсів.

Список літератури:

1. Bollino C.A., Galkin P., Energy Security and Portfolio Diversification: Conventional and Novel Perspectives. Energies. 2021, URL: <https://doi.org/10.3390/en14144257>
2. Johansson B., A broadened typology on energy and security. Energy. 2013, URL: <https://doi.org/10.1016/j.energy.2013.03.012>
3. Bigerna, S.; Bollino, C.A.; Galkin, P. Balancing Energy Security Priorities: Portfolio Optimization Approach to Oil Imports. Appl. Econ. 2020, URL: <https://doi.org/10.1080/00036846.2020.1808573>
4. Yergin D., Ensuring Energy Security, 2006, URL: <https://doi.org/10.2307/20031912>
5. Hannah Ritchie and Max Roser (2020) - "Energy", URL: <https://ourworldindata.org/energy/country/trinidad-and-tobago>

Золочевська А.В.

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ PEPSICO

В умовах глобалізації важливим завданням для інноваційного розвитку бізнесу є вектор діджиталізації. Вагомим є вплив діджиталізації на маркетингову діяльність компаній. Дослідивши процес діджиталізації маркетингової діяльності глобальної корпорації PepsiCo, нами було визначено ряд трендів, а саме:

1. *Пандемія COVID-19 стимулювала появу нових каналів збуту.* У контексті діджитал у компанії PepsiCo існують 3 найбільш важливі канали збуту: сервіси доставки, маркетплейси, такі як Amazon, а також спеціалізовані онлайн-продуктові магазини. Наприклад, на компанію Walmart у 2020р. припадає 14 % від усього обсягу продажів PepsiCo[1]. Таким чином, основний акцент робиться на співпраці із великими збутовими мережами, оптовими покупцями, а вже безпосередній продаж кінцевому споживачу забезпечує не стільки компанія PepsiCo, скільки профільні організації та підприємці, наприклад, власники магазинів, ресторанів швидкого харчування тощо. Також компанія експериментує із іншими інтернет можливостями, а тому розробила мобільний додаток, який дозволяє замовити кінцевому споживачу продукцію додому.

2. *Відбувається перерозподіл рекламних бюджетів на користь стрімінгових сервісів, а не традиційного формату телебачення.* Стрімінгові сервіси та цифрові медіа дозволяють оптимізувати потік грошових коштів, адже немає необхідності наперед платити значні аванси за дорогу рекламу на телебаченні. Є можливість сегментувати цільову аудиторію за рахунок вибору тематичних майданчиків для комунікації. Наприклад, у квітні 2020 року PepsiCo спонсорувала благодійний глобальний стрім, який проводився Всесвітньою організацією охорони здоров'я. Такий захід розповсюджувався через найбільші стрімінгові майданчики AmazonPrime, Apple, YouTube, Twitch та інші мережі. Даний захід був присвячений працівникам медичної сфери, а серед головних гостей була співачка Леді Гага. Аудиторія даного заходу склала 8 млн чоловік [2].

3. *Використовується штучний інтелект для підвищення ефективності функціонування маркетингових процесів.* Наприклад, PepsiCo використовує автоматичний вибір каналів комунікації зі споживачами, що в кінцевому підсумку забезпечує зростання рентабельності вкладень. Окрім цього, штучний інтелект бере на себе виконання рутинних маркетингових задач: відслідковує ефективність певної групи рекламних оголошень. Наприклад, на основі 100 тис. показів, штучний інтелект обирає найефективніше оголошення,

яке продемонструвало найбільшу кількість натискань на кожні 100 переглядів (CTR). Як результат, це суттєво оптимізує рекламний бюджет в межах маркетингової діяльності компанії[3].

4. *Контент – король серед сучасних інструментів комунікації. Якщо не адаптуватися під діджитал-вподобання цільової аудиторії, це може призвести до втрат позицій.* Один з найбільших конкурентів PepsiCo– RedBull має 16,6 млн переглядів сайту на місяць. В той час як PepsiCo– лише 2,4 млн в місяць. Сайт RedBull викликає значно більше зацікавленості серед користувачів завдяки тому, що генерує якісний та релевантний контент для своєї аудиторії. Наприклад, мова може йти про щорічний фестиваль у різних містах під назвою «RedBull надає крила». Відповідно, користувачі цікавляться різноманітними розвагами, і у цей же час відбувається комунікація з цільовою аудиторією, тобто демонстрування бренду та продукції. Очевидно, що компанії PepsiCo доцільно переймати таку стратегію [4] (рис. 1).

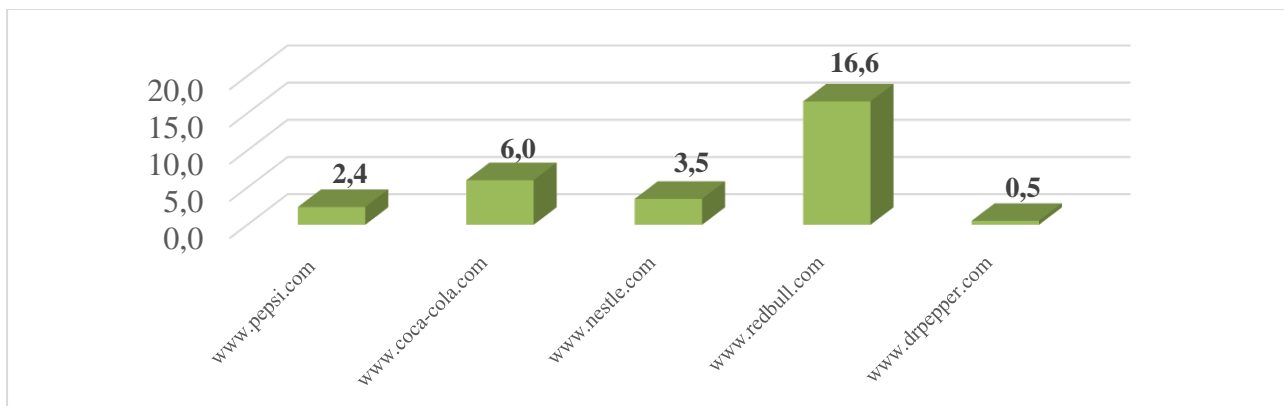


Рис. 1 – Кількість переглядів сторінок сайту компанії PepsiCo та конкурентів станом на жовтень 2021 р., млн в місяць [4]

5. *Діджиталізація є одним з важливих драйверів приросту продажів.* Про це свідчить високий індекс приросту продажів PepsiCo, а саме вище 100 % протягом 2017-2020 років[5]. Так, якщо у 2015р. кожен долар маркетингових витрат забезпечував 0,7\$ чистого прибутку, то у 2018. р. значення цього показника – 2,5\$ чистого прибутку, а у 2020р. 1,3\$ (скорочення чистого прибутку у 2019-2020-му роках пов'язане із податковими факторами, а не маркетинговими чи іншими операціями). Той факт, що протягом 2018-2020 років операційний прибуток

залишався стабільним, свідчить, що розширення арсеналу маркетингових інструментів за рахунок діджитал-інструментів забезпечував відносно стійке положення компанії на ринку та стабільне збільшення обсягу продажів.

Підводячи підсумок, зазначимо, що діджиталізація маркетингової діяльності особливо за сьогоднішніх обставин є досить вагомим і необхідним кроком на шляху з оптимізації рекламних бюджетів та комунікації зі споживачами загалом. Адже компанії, які слідкують за останніми тенденціями в сфері цифрових інновацій і готові до їх впровадження, здатні адаптуватися до більш гнучких бізнес-процесів та мають досить великий потенціал успіху.

Список літератури:

1. Where There's PepsiCo, There's Digital Transformation [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.intelligentautomation.network/transformation/articles/where-theres-pepsico-theres-digital-transformation> (дата перегляду: 20.10.2021)
2. PepsiCo: we need a full-on digital approach to reach our target audience [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.thedrums.com/news/2021/05/11/pepsico-we-need-full-digital-approach-reach-our-target-audience> (дата перегляду: 20.10.2021)
3. 5 Marketing Strategies We Can Learn from Pepsi [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://amcollective.sg/reads/5-marketing-strategies-we-can-learn-from-pepsi> (дата перегляду: 20.10.2021)
4. PepsiCo: we need a full-on digital approach to reach our target audience. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.thedrums.com/news/2021/05/11/pepsico-we-need-full-digital-approach-reach-our-target-audience> (дата перегляду: 20.10.2021)
5. Annual reports & proxy information [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.pepsico.com/investors/financial-information/annual-reports-and-proxy-information> (дата перегляду: 20.10.2021)

Козленко М.О.

ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ ЗЕЛЕНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

На сьогоднішній день одна з основних проблем людства це вичерпні надрові запаси. Враховуючи значний вплив COVID-19 на економіку, ми спостерігаємо процес глобальної рецесії, в якому ринки капіталу відчули на собі великий шок, який був визначений значними коливаннями на активи. В цей час активно зрушилися доходи населення та постраждав видобуток корисних копалин, нафти, газу. Саме тому, вчені та державні діячі почали активніше просувати глобальні тренди екологічного зеленого інвестування.

До глобальних трендів зеленого інвестування належать: сектори відновлювальної енергетики; запровадження низьковуглецевої інфраструктури, що включає в себе «зелені» технології; імплементація так званої «енергії майбутнього»; реалізація «чистих технологій» та розвиток кліматичних заходів [1].

Зелені інвестиції – це ланка, яка забезпечує переформатування економіки в зелену економіку, що відкриває значний потенціал в розвитку зеленої промисловості, впроваджуючи «чисті технології» та створюючи нові робочі місця в усій економічній системі. Важливим методом залучення фінансів є так звані фінансові продукти, серед яких вирізняють зелені позики, зелені кредитні лінії, які є основними джерелами довгострокового фінансування в державний енергетичний сектор. А також спеціалізовані гранти та структуровані зелені інвестиційні фонди, які показують прогресивний розвиток кожної країни.

Аналізуючи світові тренди інвестування в зелену економіку, можемо виділити попит на екологічні, соціальні та управлінські аспекти, які базуються на цілях сталого розвитку. Основні напрями інвестування:

1. Проекти енергетичного сектору. За 2020 рік загальний об'єм світового інвестування у проекти енергетичного сектору становив 1,8 трлн. дол. або 1,9% світового ВВП, з яких в сектор виробництва, передачі і перерозподілу було направлено 776 млрд. дол. інвестицій, з них 304 млрд. дол. у сектор відновлюваної енергетики (рис. 1).

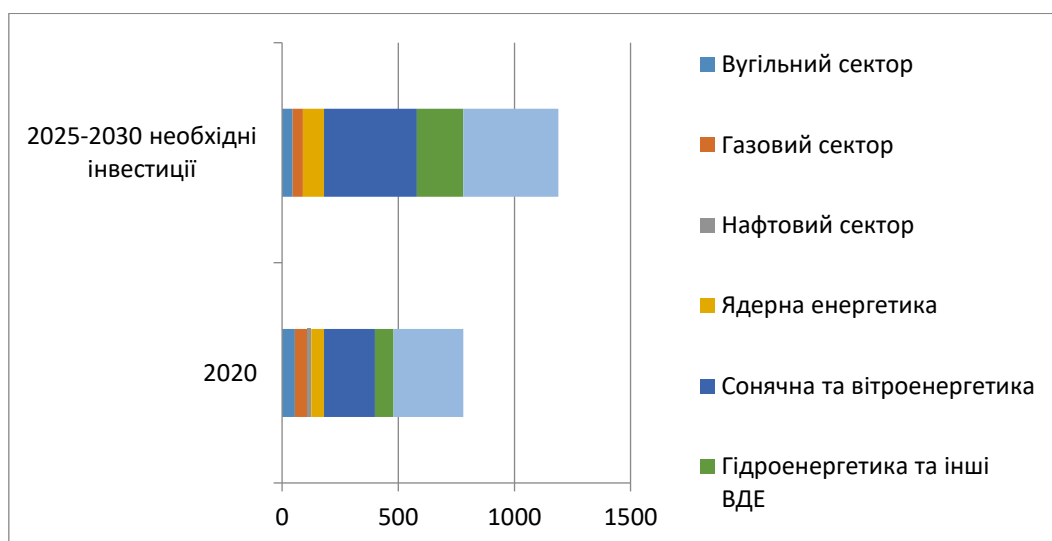


Рис. 1 - Світове інвестування в енергетичні потужності у 2020 році та їх потреба у щорічних обсягах для сталого розвитку, млрд. дол. [3]

2. Перехід на відновлювальну енергію. Протягом наступних 20 років, світ повинен збільшити використання вітрової та сонячної генерації на 7.700 GW енергії, залучаючи щорічно 1 трильйон доларів США інвестицій (рис. 2). Це приблизно в 7-8 разів збільшення відновлювальної енергії, ніж зараз.

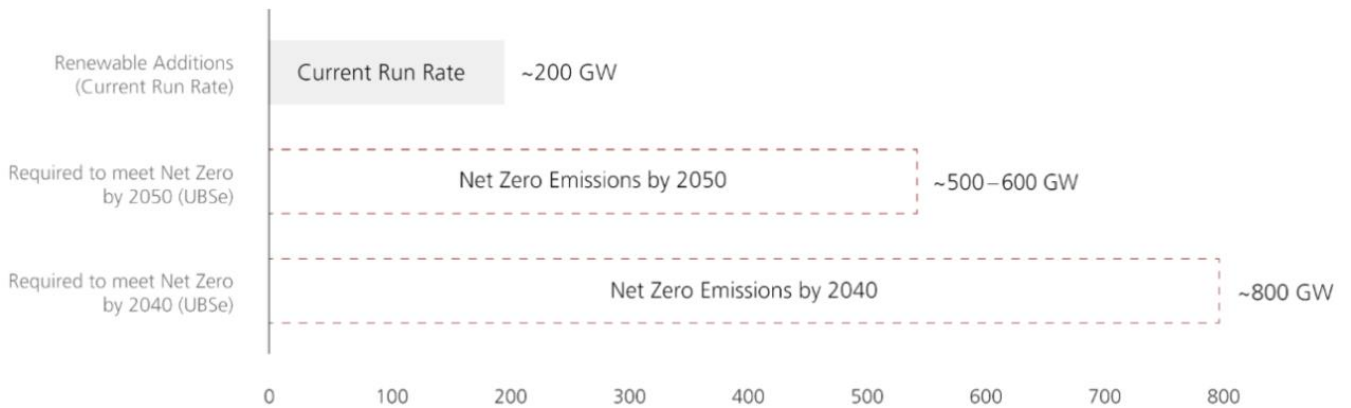


Рис. 2 - Прогноз виробництва відновлювальної енергетики [4]

3. Зменшення викидів шкідливих газів. Багато компаній встановлюють нові системи викидів вуглецю в атмосферу. Через збільшення населення світу, зростає і річна потреба в товарах, що спричиняє більшу роботу фабрик та забруднення довкілля.

Отже, на сьогоднішній день, питання «зеленого» інвестування є не лише на папері або в далекоглядній стратегії, а в короткостроковій перспективі розвитку сучасної держави. Ці та сотні інших проектів активно розробляються та просуваються завдяки глобальному тренду інвестування в «зелені» технології. Поява таких технологій в умовах національної конкурентоспроможності не лише надає будь-якій країні світу статус бути незалежними, але й створює ресурси для експорту іншим країнам-сусідам. Інвестування в «зелені» джерела є вкрай важливими, оскільки вони мають змогу дестабілізувати ефект монополіста в критичній інфраструктурі та вирішувати нагальні питання енергозбереження і енергетичної безпеки на національному та міжнародному рівнях.

Список літератури:

1. Зелені інвестиції у сталому розвитку: світовий досвід та український контекст, Катерина Маркевич, Київ, 2019, [Електронний ресурс] - https://razumkov.org.ua/uploads/article/2019_ZELEN_INVEST.pdf

2. Принципи формування «зеленого» інвестування країни, роль та значення для конкурентоспроможності, Хомутенко Л. І., Кіріл'єва А. В., 2020, [Електронний ресурс] - https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/1_2020/6_Khomutenko_Kirilieva.pdf

3. Big oil, UBS, URL: <https://www.ubs.com/global/en/collections/sustainable-investing/latest/2021/trends-big-oil.html>

4.SDG Investment Trends Monitor. – UNCTAD. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaemisc2019d4_en.pdf

Коцюбенко О.В.

РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ АГРАРНОМУ РИНКУ

У сучасному світі все більшого значення набуває продовольча безпека країн та регіонів, яку можна забезпечити як самостійним виробництвом продовольства, так і закупівлею аграрної продукції в інших країнах. Деякі країни не мають резервів родючих земель та водних ресурсів для забезпечення зростання виробництва аграрної продукції при зростанні чисельності населення. До таких країн відносяться Єгипет, Пакистан, Індія, Бангладеш, та деякі інші. Також зростання добробуту населення в країнах, що розвиваються, веде до збільшення витрат на їду та збільшення попиту на більш дорогі продукти харчування, передусім на м'ясо, рибу, олію, якісне харчове зерно та фуражне зерно для відгодівлі тварин. Зростання попиту на аграрну продукцію у світі дає шанс на розвиток агропромислового комплексу України та нарощування експорту аграрної продукції країною. Такі фактори, як підвищення попиту та цін на аграрну продукцію у світі, а також наявність в Україні резервів для нарощування виробництва і експорту продовольства та посилення конкурентних позицій українських підприємств на світовому аграрному ринку актуалізують дане дослідження.

Ряд вчених [1, 2, 3] досліджують структуру та напрямки експорту аграрної продукції України на світовий ринок, аналізують перспективні напрямки експорту української аграрної продукції та перспективні ринкові ніші, в яких Україна може посилити свої конкурентні позиції. На їх думку найбільш перспективними напрямками експорту українського продовольства є країни

Близького Сходу, Північної Африки та Азії, які мають досить складні умови для розвитку власного сільського господарства, обмежені водні та земельні ресурси, тому охоче купують продукцію АПК України [1]. Тому, можливо, Україні слід відмовитись від боротьби на європейському ринку, оскільки він занадто протекціоністський та закритий.

Ще одна думка, що заслуговує уваги, полягає в тому, що Україна експортує в основному зернові та олійні культури і соняшникову олію, які виснажують ґрунти, та ведуть до зменшення агропромислового потенціалу [2]. В якості виходу пропонується нарощувати експорт м'яса і м'ясних продуктів та молочних продуктів, оскільки ці види продукції мають більшу додану вартість.

Наступна ідея полягає в тому, що для забезпечення конкурентоспроможності українських виробників на світовому ринку аграрної продукції, слід забезпечувати інноваційні методи підвищення продуктивності сільського господарства. Сучасна ситуація характеризується тим, що продуктивність виробництва продукції рослинництва значно зросла за рахунок інноваційних методів ведення господарства, але залишається у два-три рази меншою за лідерів, а от продуктивність тваринництва суттєво відстає [3]. Для вирішення проблеми пропонується зосередитись на підвищенні продуктивності саме тваринництва завдяки впровадженню новітніх досягнень аграрної науки.

З метою покращення конкурентних позицій на світовому аграрному ринку слід збільшувати частку продукції глибокої переробки та готових продовольчих товарів у аграрному експорті України [4]. Адже продукція переробки коштує в декілька разів більше, ніж сировина для її виробництва. Наприклад, замість експорту фуражного зерна, краще спрямувати його на корм великої рогатої худоби, отримати молоко та зробити з нього сир, який і експортувати в інші країни. Сир має перевагу перед зерном, оскільки він коштує значно дорожче зерна, а також має перевагу перед молоком у вигляді більшого терміну зберігання та меншої ваги при високій вартості одного кілограму продукту.

Запровадження запропонованих вченими заходів дозволить суттєво розширити географічне охоплення та товарний асортимент українського

аграрного експорту, підвищити ефективність та рентабельність вітчизняних аграрних підприємств на інноваційній основі, забезпечити зростання експортної виручки галузі.

Список літератури:

1. Лазарева, О. В.; Вакар, К. В. Розвиток експортного потенціалу аграрного сектора економіки України в умовах глобалізації. *Агросвіт*, 2019, №1-2. С. 3-9.
2. Патика, Н. (2020). Інновації як основний чинник посилення позицій України на світових аграрних ринках. *InterConf*. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/2910> (Дата звернення 11.11.2021).
3. Лупенко, Ю. О.; Патика, Н. І. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності України на світових ринках сільськогосподарської продукції. *Агросвіт*, 2019, №11. С. 16-23.
4. Пугачов М.І. Розвиток зовнішньої торгівлі агропродовольчими товарами. *Економіка АПК*. 2019. №3. С. 6-13.

Кудрявцева К.А.

СТРУКТУРНА ДИНАМІКА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ У ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ

Світова торгівля впродовж багатьох століть була і залишається найважливішою формою зовнішньоекономічної взаємодії, та зберігає роль головного чинника розвитку національних економік та світової економіки загалом. В даний час вона переживає складний період якісних перетворень, пов'язаних з розвитком тенденцій глобалізації та постіндустріальної трансформації світової економіки.

Міжнародна торгівля характеризується системою показників, що складається з показників обсягів, структури, динаміки та результатів торгівлі[1,4].

Показниками обсягів міжнародної (зовнішньої) торгівлі є:

- експорт (у т.ч. реекспорт) – сукупна вартість обсягів експорту країни;
- імпорт (у т.ч. реімпорт) – сукупна вартість обсягів імпорту країни.

Зовнішньоторговельний оборот - сума вартісних обсягів експорту та імпорту країни.

У міжнародному обміні товари можуть лише експортуватися і імпортуватися, а й переміщатися через територію країни транзитом. Обсяг

зовнішньоторговельного обороту країни з урахуванням вартості транзитних товарів називають генеральною торгівлею.

Зауважимо, що на відміну від зовнішньоторговельного обороту окремої країни (сумарної вартості експорту та імпорту) світовий товарообіг розраховується як виражена в доларах США сумарна вартість обсягів експорту всіх країн світу.

Розрізняють номінальний та реальний обсяги міжнародної торгівлі. Номінальний (вартісний) обсяг міжнародної торгівлі – це оцінка експорту, імпорту чи зовнішньоторговельного обороту країни у поточних цінах відповідного року з використанням поточних валютних курсів. Реальний (фізичний) обсяг міжнародної торгівлі – це оцінка експорту, імпорту чи зовнішньоторговельного обороту країни будь-якого року у постійних цінах базового року на основі індексів фізичного обсягу експорту та імпорту.

Найважливішими показниками структури міжнародної (зовнішньої) торгівлі є:

- Питома вага окремих країн, їх груп чи регіонів світу у загальному обсязі експорту/імпорту країни (географічна структура);
- Питома вага окремих товарів або їх груп у загальному обсязі експорту/імпорту країни (товарна структура).

Показниками динаміки міжнародної торгівлі є:

- Темп зростання експорту/імпорту та зовнішньоторговельного обороту (Т).

Міжнародна торгівля – форма обміну продуктами праці вигляді товарів та послуг між продавцями і покупцями різних країн. Характеристиками міжнародної торгівлі є обсяг світового товарообігу, товарна структура експорту та імпорту та її динаміка, а також географічна структура міжнародної торгівлі. Експорт – це продаж іноземного покупця товару з вивозом його зарубіжних країн. Імпорт – купівля іноземних продавців товарів із ввезенням його з-за кордону.

Сучасна міжнародна торгівля розвивається досить високими темпами. Серед основних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі можна назвати такі:

1. У структурі міжнародної торгівлі зростає частка продукції обробної промисловості (до 75%), з якої понад 40% – машинобудівна продукція. Лише 14% становить паливо та іншу сировину, частка сільськогосподарської продукції – близько 9%, одяг та текстиль – 3% [5].

2. Серед змін у географічному напрямі потоків міжнародної торгівлі спостерігається підвищення ролі розвинених країн та Китаю. Однак країнам, що розвиваються (в основному за рахунок висування з їхнього середовища нових індустріальних країн з вираженою експортною орієнтацією) вдалося істотно посилити свій вплив у цій сфері. У 1950 році на них припадало лише 16% світового товарообігу, а до 2001 року – вже 41,2% [4].

3. З другої половини ХХ століття виявилася нерівномірність динаміки зовнішньої торгівлі. У 1960-х роках Західна Європа — головний центр міжнародної торгівлі. Її експорт майже вчетверо перевищував експорт США. Наприкінці 1980-х Японія стала вибиватися в лідери за фактами конкурентоспроможності. У цей період до неї приєдналися «нові індустріальні країни» Азії — Сінгапур, Гонконг Тайвань. Однак до середини 1990-х років США виходять на лідируючі позиції у світі щодо конкурентоспроможності. Експорт товарів та послуг у світі у 2020 році за даними СОТ становив 21,7 трлн. дол. США. Частка групи товарів становить 80%, а послуг – 20% від загального обсягу торгівлі у світі [2].

3. Найважливішим напрямом розвитку зовнішньої торгівлі є внутрішньофірмова торгівля у межах ТНК. За деякими даними, на внутрішньофірмові міжнародні поставки припадає до 70% усієї світової торгівлі, 80–90% продажу ліцензій та патентів. Оскільки ТНК – найважливіша ланка світової економіки, світова торгівля є водночас торгівлею рамках ТНК.

4. Розширюється торгівля послугами, причому кількома способами. По-перше, це транскордонне постачання, наприклад, дистанційне навчання. Інший спосіб постачання послуг – споживання за кордоном – передбачає пересування

споживача або переміщення його власності до країни, де послуга надається, наприклад, послуга гіда у туристичній поїздки. Третій спосіб – комерційна присутність, наприклад діяльність країни іноземного банку чи ресторану. І четвертий спосіб – переміщення фізичних осіб, які є постачальниками послуг за кордоном, наприклад, лікарів чи викладачів. Лідером у торгівлі послугами є найрозвиненіші країни світу.

Список літератури:

1. Логінов, Б. Б. Міжнародні фактори виробництва в національних економіках: монографія / Б. Б. Логінов, А. О. Руднева. - М.: ІНФРА-М, 2012. - 311 с. - ISBN 978-5-16-005376-9. – (Научна думка. Економіка).
2. Офіційний сайт UNCTAD [Електронний сайт]. – Режим доступу: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx> (дата перегляду: 20.10.2021)
3. Руднева, А. О. Зовнішня торгівля: словник-довідник / А. О. Руднева. – 2-е видання М.:ІНФРА-М, 2013. - 222 с. - ISBN 978-5-16-005611-1. - (Бібліотека сліварів).
4. Руднева, А. О. Міжнародна торгівля: уч. посіб. / А. О. Руднева. - М.: ІНФРА-М, 2013. - 234 с. - ISBN 978-5-16-005378-3.
5. Рибалкін, В. Е. Міжнародні Економічні Відносини : підручник / В. Е. Рибалкін, В. Б. Мантусов, Б. Б. Логінов [та інші.]; під ред. В. Е. Рибалкіна, В. Б. Мантусова. – 10-е видання – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 704 с. – ISBN 978-5-238-02619-0.

Люлевич А.А.

ДЕТЕРМІНАНТИ ГЛОБАЛЬНОГО ЛІДЕРСТВА КОМПАНІЇ APPLEINC. НА ТЕХНОЛОГІЧНОМУ РИНКУ

Вживання в сучасному бізнес-середовищі вимагає великих зусиль та правильно підібраних бізнес-підходів. Тому, щоб залишатися конкурентоспроможною, кожній компанії необхідновіднайти свою унікальну конкурентну перевагу, яка дасть можливість зайняти лідируючу позицію на ринку. Першість у технологічному світі дещо відрізняється від простого поняття стратегічного лідерства, адже на додаток воно включає в себе цілий ряд факторів, пов'язаних із корпоративними інноваціями та технологічними характеристиками продукції. Роль піонера технологій у 21 столітті гордо взяла на себе AppleInc.

За відносно недовгу інформаційну еру деякі компанії вже встигли цілком затвердитися на глобальному ринку технологій, а також здобути собі світове ім'я технологічних лідерів. Одним із найкращих прикладів такої компанії є американська корпорація AppleInc [1]. На сьогоднішній день для досягнення абсолютного

лідерства будь-якій компанії, а особливо її людським ресурсам, необхідне повне розуміння VUCA-світу. VUCA – модель, що намагається класифікувати динамічні зміни за допомогою чотирьох драйверів: волатильності (*Volatility*), невизначеності (*Uncertainty*), складності (*Complexity*) та неоднозначності (*Ambiguity*) [2]. Це визначення чудово описує технологічний сектор, адже на сьогоднішній день це найбільш швидко змінювана галузь глобальної економіки. Так, перший комп'ютер з'явився лише 75 років тому, а вже сьогодні інформаційні технології складають близько 20% усіх секторів економіки, і ринкова капіталізація даного сектору в 2021 році прирівнюється до приблизно 5 трлн дол. США [3].

Технологічна галузь безпощадна та вимагає постійних інновацій. Сучасне бізнес-середовище в технологіях характеризується жорсткою конкуренцією. Одного разу зійшовши на вершину, компанія не протримається там довго без проривних відкриттів та технологій, що випереджають час. Так, наприклад, Nokia Corporation так не поспішала робити революційні відкриття після шаленого буму на їх телефони, що в результаті відчутно збавила оберти і дала новачкам можливість обігнати себе [4].

Apple є одним із найкращих прикладів технологічного лідера, і хоча вона пропонує лише відносно невеликий асортиментний ряд продукції, розмір компанії зростає шаленими темпами. Інновації та естетика усієї лінійки Apple роблять її одним із найпотужніших брендів у світі, а її бачення, корпоративна культура та статус дозволяють Apple створити безліч конкурентних переваг [5].

Головними факторами, що допомогли компанії Apple досягти глобального успіху стали:

- Передові технології та інновації;
- Диверсифікований портфель компанії;
- Неймовірно сильна фінансова позиція;
- Всесвітньо відомий бренд та сильний імідж компанії;
- Організаційна культура корпорації;
- Унікальний дизайн;
- Надзвичайно лояльна аудиторія [6].

Саме ці пункти відносяться до сильних сторін корпорації Apple, розглядаючи її SWOT-аналіз. Всі ці та інші пункти поставили допомогли компанії зайняти першу сходинку у списку найкращих світових брендів Interbrand (2021) [7].

Для повного розуміння глобального лідерства Apple, варто звернутися до її фінансових показників. Протягом останніх дванадцяти років доходи корпорації сильно перевищували доходи її найближчих конкурентів – Google, Microsoft та Alphabet (див. рис.1). Крім того, у 2020 році компанія зайняла другу позицію у рейтингу найдорожчих світових брендів, пропустивши перед собою тільки Amazon. Проте одночасно стала найбільш цінним технологічним брендом у світі із вартістю бренду у понад 350 млрд дол. США [8]. На кінець, цього року Apple стала першою американською компанією, чия ринкова капіталізація перевищила 2 трлн дол. США [9].

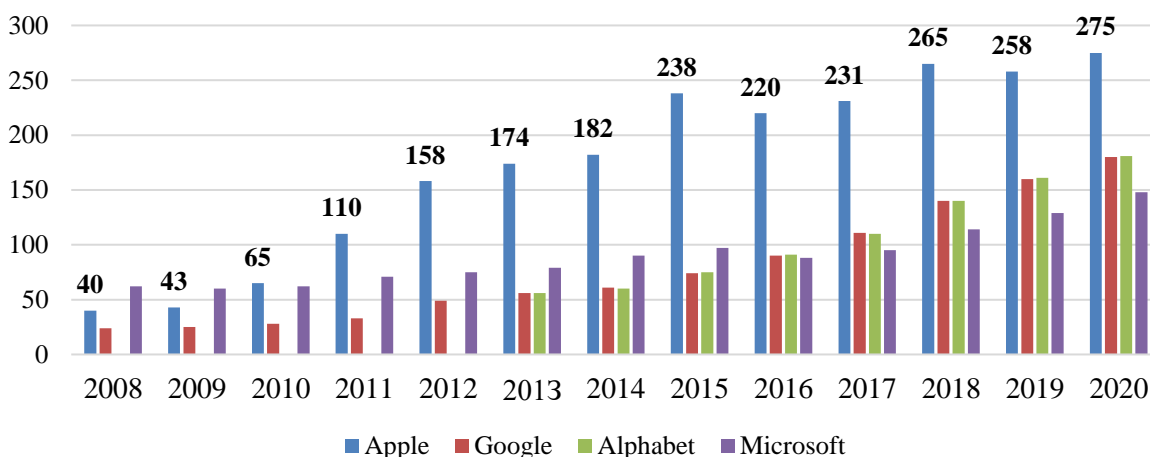


Рис. 1 – Доходи Apple, Google, Alphabet та Microsoft, млрд дол. США

Джерело: створено автором на основі [8]

Apple Inc. має тенденцію до стабільного зростання, а отже вона залишатиметься однією з найуспішніших компаній століття. Завдяки високому прибутку, сильному іміджу бренду та ефективним інноваційним процесам Apple зможе продовжувати бути лідером своєї галузі. Незважаючи на те, що Apple має деякі слабкі сторони в компанії, такі як обмежена мережа дистрибуції, високі ціни продажу та залежність продажів від сегментів високого класу ринку, корпорація працює над усуненням цих недоліків через значне розширення можливостей, які перед нею відкриваються. Деякі з цих можливостей включають

розширення дистриб'юторської мережі, збільшення обсягів продажів на основі зростаючого попиту та розробку нових ліній продукції. Якщо Apple зможе ефективно використовувати ці можливості, то компанія зможе подолати більшість, якщо не всі слабкі сторони, які у неї є. Apple Inc. Ефективно продемонструвала свою здатність як компанії долати всі перешкоди, які поставали перед нею протягом багатьох років, і завдяки постійному аналізу компанії зможе залишатися однією з найкращих технологічних компаній у сучасному суспільстві багато років поспіль.

Список літератури:

1. Wessel M.: How Apple Pushes Entire Industries Forward. Harvard Business Review (2014). URL:<https://hbr.org/2014/09/how-apple-pushes-entire-industries-forward>
2. Bennis, Warren; Nanus, Burt (1985). Leaders: Strategies for Taking Charge.
3. Statista, 2021. Distribution of the information technology (IT) industry worldwide from 2019 to 2021, by region. URL: <https://www.statista.com/statistics/507365/worldwide-information-technology-industry-by-region/>
4. Chamakiotis P., Panteli N.: E-leadership styles for global virtual teams. In: Leadership in the Digital Enterprise: Issues and Challenges, pp. 143–162. IGI Global, Hershey (2011).
5. Alex, S (2002). Finally, a Chance for Apple to Flourish”, BusinessWeekOnline, 6(4), 57-60.
6. Business Strategy Hub, 2021. Apple SWOT Analysis 2021. URL: <https://bstrategyhub.com/swot-analysis-of-apple-apple-swot/>
7. Interbrand Best Global Brands 2020. URL: <https://www.rankingthe-brands.com/PDF/Interbrand%20Best%20Global%20Brands%202020.pdf>
8. BRANDZ™ TOP 100 MOST VALUABLE GLOBAL BRANDS 2020 / RANKING. URL: https://www.diffusionsport.com/wp-content/uploads/2020/07/2020_BrandZ_Global_Top_100_Report.pdf
9. Companiesmarketcap, 2021. Market capitalization of Apple. URL: <https://companiesmarketcap.com/apple/marketcap/>

Мусієнко М.С.

РОЗВИТОК ЄВРОПЕЙСЬКОЇ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

На міжнародному рівні дедалі більша увага зосереджується на розробці новітньої філософії господарювання, яка формується на ідейних підходах екоцентричної “зеленої” та “синьої” економіки. За визначенням UNEP, «зелена» економіка – це економіка з низькими обсягами викидів вуглецевих сполук, яка ефективно використовує ресурси та відповідає інтересам усього суспільства. Сьогодні вже домінуючою є концепція переходу до нової державної політики, що передбачає не зростання витрат на «екологію», а інвестування в «зелену»

економіку. Ця модель надає економічні та соціальні аргументи на користь інвестування 2 % світового ВВП в «озеленення» десяти найважливіших секторів економіки.

«Зелені» економічні теорії охоплюють широкий спектр ідей, які стосуються взаємопов'язаних відносин між людьми та навколишнім середовищем. Зелені економісти стверджують, що основа всіх економічних рішень повинна бути певним чином прив'язана до екосистеми, а природний капітал та екологічні послуги мають економічну цінність. «Зелена» економіка - це спосіб поліпшення соціальної справедливості та добробуту людей, тим часом зменшуючи екологічні ризики та екологічні дефіцити. В умовах «зеленої» економіки зростання доходів та зайнятості населення обумовлено державними та приватними інвестиціями, які зменшують викиди вуглецю та забруднення, підвищують ефективність використання енергії та ресурсів, а також запобігають втраті біорізноманіття та екосистемних послуг[2].

В Євросоюзі виділяють наступні ключові сфери реалізації концепції «зеленої» економіки.

Лісове господарство. Згідно з дослідженнями європейської комісії, «наразі ЄС містить 5% світових лісів, а ліси ЄС постійно розширюються протягом понад 60 років», а «ліси ЄС та інші лісові землі зараз займають 155 мільйонів лісів та 21 мільйон га відповідно разом. понад 42% території ЄС»[3]. Ці дані показують важливість цього сектору – зокрема – для захисту біорізноманіття та запобігання зміні клімату.

Вода. Зростаюча нестача води є основною проблемою, з якою стикаються Європейський Союз та країни-члени. Рамкова водна директива (WFD) була впроваджена протягом багатьох років. План є останньою стратегією, яка була підготовлена Європейським Союзом, і в ній «описуються дії, спрямовані на кращу імплементацію чинного водного законодавства. Мета полягає в тому, щоб забезпечити доступність достатньої кількості якісної води для потреб людей, економіки та навколишнього середовища в усьому ЄС».

Сільське господарство. Спільна сільськогосподарська політика є одним з основних інструментів розвитку, прийнятих Європейським Союзом, і було вивчено багато стимулів, щоб заохочувати модернізацію та допомагати фермерам покращувати свої ферми, переробляти та продавати свою продукцію та виробляти продукти більш високої якості, використовуючи більше стійкі, екологічно чисті методи землеробства.

Риболовля. Європейський Союз приймає Загальну політику в галузі рибальства, яка об'єднує ряд заходів, спрямованих на досягнення процвітаючої та стійкої європейської рибної промисловості.

Також європейська «зелена» економіка включає широкий спектр пропозицій, які можна узагальнити двома способами. З одного боку, «зелена» економіка сприяє розвитку біоекономіки "після викопного палива", що заснована на експлуатації біомаси шляхом використання нових небезпечних технологій. З іншого боку, «зелена» економіка охоплює охорону екосистем та біорізноманіття шляхом комодифікації та приватизації природних ресурсів та використання нового фінансового ринку.

Пакет ЄС у розмірі 1,8 трильйона євро є основою для вирішення проблеми зміни клімату в Європі, ставши першим континентом у світі, який стане кліматично нейтральним до 2050 року. Мета Європейського Зеленого Нового курсу щодо створення робочих місць повністю узгоджується з численними ключовими проектами, які залучають інвестиції.

За оцінками інвесторів, у європейському пульсовому опитуванні привабливості, проведеному в жовтні 2020 року, зосередженість на сталості та зміні клімату стала другою найшвидше зростаючою тенденцією[3]. У короткостроковій перспективі існують тисячі проектів, які готові для інвестування по всьому континенту в енергетиці, транспорті, будівництві, промисловості та сільському господарстві. За аудиторськими оцінками, вони становлять сукупні інвестиції в розмірі 200 мільярдів євро і можуть створити 2,3 мільйона робочих місць – приблизно чверть з них програли через пандемію у 2020 році[4].

Аналіз, ясно показує, що Європейський Союз має дуже просунуте законодавство у сферах, які найбільше характеризують зелену економіку. Проте громадська думка все ще погано поінформована про те, що зробила Європа і що збирається робити – навіть з точки зору інвестицій та шансів почати новий бізнес; громадяни у повсякденному житті часто забувають про основні принципи стійкості, які вимагають невеликих жестів перед обличчям великих результатів для громади, зокрема у сфері відходів, використання води та споживання; все ще існують великі розбіжності між 28 державами-членами щодо прогресу політики.

Список літератури:

1. Галушкіна Т. П. Основні засади впровадження моделі "Зеленої" економіки в Україні. Т. П. Галушкіна, Л. А. Мусіна, В. Г. Потапенко. Бібліотека екологічних знань. 2017. С. 88.
2. Petrashko L., Martynyuk O., Kucherenko D. "Green" energy transition of Ukraine: strategic and value orientations // Economics & Working Capital. London (GB). 2020. №4 P. 2-6. URL: <http://eworkcapital.com/green-energy-transition-of-ukraine-strategic-and-value-orientations/> (дата звернення: 08.11.2021)
3. Susta G. European union policies for a green economy: analysis and objectives towards 2020. Giovanni Susta. Institute of European Democrats. 2013. №1. С. 14.
4. De Rose A. EU green growth as the next cornerstone to create sustainable jobs is a torchbearer for the global economies. A. De Rose, A. Cenderello, A. Gazzo. EY. 2021. URL: https://www.ey.com/en_gl/eu-institutions/how-the-new-era-of-green-growth-in-europe-is-impacting-jobs (дата звернення: 08.11.2021)

Осінська А.О.

МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ В СУЧАСНИХ КРИЗОВИХ ПРОЦЕСАХ

У XXI столітті міграція стала займати особливу роль в економічних і політичних світових процесах, така тенденція спостерігається впродовж останніх років у зв'язку з активізацією міграційних потоків. При цьому збільшення кількості міжнародних мігрантів є комплексним явищем, що впливає на поглиблення нерівномірності розвитку глобальної економіки та підвищує рівні глобалізації світового господарства, що спричиняє пришвидшення та появу кризових процесів на глобальному рівні.

Пандемія COVID-19 стала яскравим нагадуванням про важливість та вплив міграційних потоків та грошових переказів на глобальному та регіональному рівнях, демонструючи руйнівні наслідки, які зменшення економічних можливостей у країнах-реципієнтах, можуть мати для бідних домогосподарств у

країнах-імпортерах міграційного капіталу. Хоча пандемія є надзвичайним прикладом криз охорони здоров'я та економіки, менш екстремні кризи також можуть вплинути на населення в країнах, що відправляють мігрантів, і мати потенційно довготривалі наслідки.

Проблеми міграційних кризових процесів досліджувало багато вчених. Зокрема, відомі праці таких науковців, як О.Малиновська, Н.Пак, О.Піскун, К. Бурова, А.Гайдуцький, Р.Кермач, Л.Пасякіна, П.Кассен, С.Лавенекс, К.Фурест, Г.Фасман, П.Кігслі, Л.Алдерманта інші. Незважаючи на чималу кількість наукових робіт, міграційні процеси мають динамічний та непостійний характер, тому потребують подальшого синтезу, вивчення та аналізу.

Одним із перших науковців, який дав визначення терміну «міграція» був Е. Равенштейн, який вважав, що міграція – це закономірний процес, що базується на постійній або тимчасовій зміні місця проживання людини, причиною чого виступає диспропорція глобального розвитку країн[1].

Перші прояви кризових міграційних процесів почали поширюватись з 1970-х р.р., що свідчить про довготривалу тенденцію міжнародних міграційних процесів.

Загалом, термін «міграційна криза» було вперше використано у 2015 році, після того як потоки мігрантів з Африки до Європи ставали більш масовими та масштабними [2]. Більшість мігрантів в кризовий період становили індивіди з менш розвинутих країн, їх значне збільшення в структурі населення ЄС, виявило недоліки в системі надання притулку та регулюванні політики роботи з біженцями та створило умови для поширення кризових явищ на території ЄС.

В епоху глобалізації чітко простежується ще одна тенденція міжнародної міграції – це поділ світу на дві групи: країни-реципієнти й країни-донори мігрантів. До основних країн-реципієнтів належать країни Північної Америки та Європи, до основних країн-донорів належать країни, що розвиваються.

Так, у 2020 році Європа та Азія прийняли близько 87 та 86 мільйонів міжнародних мігрантів відповідно, що становить 61% світового фонду міжнародних мігрантів. Якщо порівнювати з чисельністю населення в кожному регіоні, частка міжнародних мігрантів у 2020 році була найвищою в Океанії,

Північній Америці та Європі, де міжнародні мігранти становили, відповідно, 22%, 16% і 12% від загальної чисельності населення. Для порівняння, частка міжнародних мігрантів в регіонах Азії та Африки (1,8% і 1,9% відповідно) та Латинській Америці та Карибському басейні (2,3%) була відносно невелика[3].

У 2021 році емігранти з 20 країн з найбільшою кількістю випадків COVID-19 становили 35% загальної кількості міжнародних мігрантів, і вони відправили приблизно 36% усіх грошових переказів у всьому світі до країн свого походження[4].

Нестабільна ситуація у світі посилює міграційний тиск, а також призводить в рух непрогнозовані міжнародні міграційні потоки, що може спричинити виникнення нової міграційної кризи, масштаби якої будуть більш екстенсивними через підвищення кількості міжнародних мігрантів, а наслідки більш серйозними, оскільки коронавірусна пандемія вплинула на зниження рівня грошових переказів до країн-імпортерів, зменшення кількості тимчасових працівників у розвинутих країнах, збільшення тенденцій щодо провадження більш жорстокої міграційної політики розвинутими державами.

Отже, на сьогоднішній день спостерігається дисбаланс розподілу міграційного капіталу між розвиненими регіонами та регіонами, що розвиваються. При цьому слід зауважити, що така тенденція проявляється вже доволі тривалий час, що тільки поглиблює нерівномірність розвитку глобальної економіки та створює умови для виникнення нових міграційних криз або ж, навпаки, умови для їх більшого поглиблення.

Список літератури:

1. Ernest George Ravenstein: The Laws of Migration. URL: <https://escholarship.org/uc/item/3018p230>(Дата звернення: 18.11.2021)
2. Міграційна криза в ЄС: статистика та аналіз політики. URL: <https://cedos.org.ua/researches/mihratsiina-kryza-v-yes-statystyka-ta-analiz-polityky/>(Дата звернення: 18.11.2021)
3. World Migration Report 2020.URL:<https://worldmigrationreport.iom.int/wmr-2020-interactive/> (Датазвернення: 18.11.2021)
4. Migrationdatarelevantfor the COVID-19 pandemic. URL:<https://www.migrationdataportal.org/themes/migration-data-relevant-covid-19-pandemic> (Дата звернення: 18.11.2021)

РЕСУРСИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Питання розвитку міжнародної конкурентоспроможності на аграрному ринку відіграють неабияку роль, адже на основі макроекономічної стабільності особливості забезпечення даного ринку створюють якісні умови та його аспекти розвитку. Оскільки Україна є переважно аграрною країною, діяльність якої базується на використанні якісних підходів добування та експорту сільськогосподарської продукції, даний підхід відіграє неабияку роль у розвитку корпоративного сектору.

З політичним розвитком країни, необхідно враховувати ряд геополітичних викликів, що постали перед країною, адже з нестабільності ситуації на Сході України та поширенням світової пандемії коронавірусу набуває актуальності використання ефективних заходів вдосконалення ведення бізнесу та стимулювання збуту продукції.

Основними діловими партнерами України є країни Європейського Союзу, саме тому питання налагодження логістичної інфраструктури повинно займати найбільш пріоритетне значення у забезпеченні транспортних поставок, а також їх збереження та оброблення.

Окрім того, для вдосконалення конкурентних переваг національних компаній, які діють на вітчизняному ринку варто використовувати якісні підходи, щодо оцінки конкуренції товару та найбільш характерних ознак, що можуть скласти конкуренцію на світовому ринку.

Основним продуктом, що випускається на експорт є сільськогосподарська продукція тому варто розробити наступний механізм оцінки товару, та визначення його ціни.

Більш детально даний алгоритм зображено на рисунку 1.

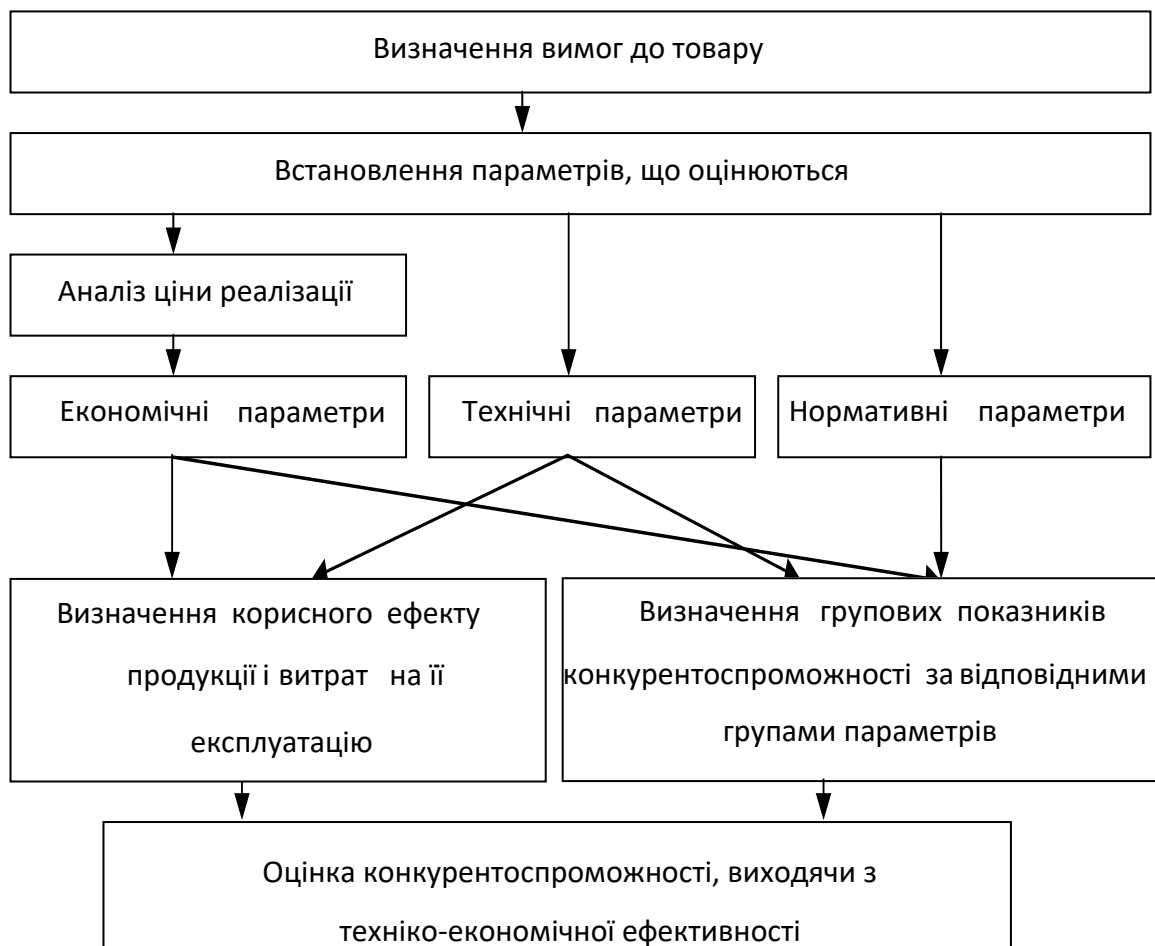


Рис. 1. Алгоритм оцінки рівня конкурентоспроможності продукції аграрного сектору

**Джерело: складено автором на основі [1]*

Як бачимо з рисунку 1, особливості оцінки конкурентоспроможності продукції аграрної продукції є досить складним процесом, проте який може забезпечити реальне набуття переваг на міжнародному ринку.

Окрім того існує наступні засади використання конкурентних переваг діяльності національних виробників:

- Використання інноваційних технологій та спеціалізованого обладнання для вдосконалення процесу обробки сільськогосподарської продукції;
- Впровадження автоматизованих систем збуту та нарощування продукції;
- Дослідження якісних особливостей збуту та формування документації актуального стану продукції;
- Використання систем мотивації персоналу та інноваційних засад управління ресурсами підприємства.

Загалом, можна сказати, що характерні особливості підвищення конкурентних переваг підприємств аграрного сектору повинні використовувати ряд інноваційних засобів на мікроекономічному рівні, окрім того, потрібно також вдосконалити аспекти контролю та документування продукції. Алгоритм оцінки товару, ведення ефективної комунікаційної політики та створення засобів використання

Таким чином, можна зробити висновки, що особливості використання та забезпечення підходів забезпечення міжнародної конкурентоспроможності національних компаній України в аграрному секторі є досить тривалим та перспективним процесом у сфері забезпечення економічної стабільності країни, протягом наступних років.

Список літератури:

1. Забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України на внутрішньому і зовнішньому ринках : наукова доповідь / За ред. акад. УААН В. М. Трегубочка, чл.-кор. УААН Б. Й. Пасхавера. – К.: Ін-т екон. та прогнозув., 2007. – 206 с.
2. Боліла С. Ю. Підвищення конкурентоспроможності сільського господарства України на основі інноваційних факторів [Електронний ресурс] / С. Ю. Боліла, Т. В. Федорова, В. І. Мілюський. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/75187.doc.htm
3. Ганначенко С. Л. Економічна роль держави у формуванні українськоросійських торговельних відносин в агропродовольчій сфері : дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / Ганначенко Світлана Леонідівна. – Київ, 2004. – 157 с.

Петророва В.В.

НАЦІОНАЛЬНІ ПОЛІТИКИ ДЕТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ У ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ

Тіньова економіка дуже поширена в сучасній економіці і притаманна будь-якій державі, незалежно від рівня її соціально-економічного розвитку. Під підпільною економікою розуміються економічні операції, які вважаються незаконними через те, що продані товари чи послуги є незаконними за своєю природою, або через те, що операції не відповідають вимогам урядової звітності.

Зниження тіньового сектора є одним із пріоритетних напрямків стратегічного розвитку країни, реалізація якого неможлива без системного походу до аналізу тіньової економіки в цілому, її окремих складових та

взаємозв'язків між ними, а також визначення основних факторів впливу на тінізацію капіталів економічних суб'єктів.

Ключова причина існування тіньового сектора економіки полягає у існуванні державного сектору економіки, який породжує як податки, так і корупцію та бюрократію, які є фактично основними детермінантами існування тіньового сектору економіки. Тому можна стверджувати, що розмір тіньового сектора економіки – це плата суспільства за існування (ефективного/неефективного) державного сектору економіки. У країнах, де держава ефективно виконує свої функції, тіньовий сектор економіки невеликий, але, як зазначалося, все одно існує. У країнах, де держава неефективно виконує свої функції, тіньовий сектор економіки є досить великим.

Детінізація економіки – це цілісна система дій, спрямована, насамперед на подолання та викорінення причин та передумов тіньових явищ та процесів. Стратегічною метою детінізації економіки має стати суттєве зниження рівня тінізації шляхом створення сприятливих умов для залучення тіньових капіталів у легальну економіку та примноження національного багатства.

Виходячи з цього необхідна розробка практичних заходів щодо детінізації, а також певні економічні заходи, які по суті мають стати не забороняючими, а стимулюючими, такими, що сприяли б розвитку економічної діяльності, а не приховування його результатів. Посилення боротьби з корупцією – вирішення проблем мінімізації корупційних проявів потребує встановлення жорсткого контролю за виконанням манти корупційних програм та рішень у всіх ланках державного апарату; створення надійного організаційно-правового, фінансового забезпечення діяльності правоохоронних органів та судів; здійснення всеосяжної ревізії нормативно-правових актів міністерств, відомств, органів місцевої влади. Паралельно з діями правоохоронних органів щодо запобігання та подолання корупції потрібно розвивати та посилювати рівень громадського контролю за діяльністю посадових осіб з широким залученням громадськості.

Таким чином, тіньова економіка – це економічна діяльність юридичних та фізичних осіб, спрямовану отримання доходів від легальних чи нелегальних видів

діяльності, яка не враховується та не контролюється офіційними державними органами, не обкладається податками та не входить до валового національного продукту. До структури тіньової економіки необхідно включати легальну діяльність, протизаконну та корупційну діяльність. Тіньова економіка може надавати як позитивний, так і негативний вплив на економіку держави.

Список літератури:

1. Флейчук М. І. Легалізація економіки та протидія корупції у системі економічної безпеки: теоретичні основи та стратегічні пріоритети в умовах глобалізації : Монографія / М. І. Флейчук. – Львів: Ахілл, 2008. – 660 с
2. Мазур І. Детінізація економіки України: теорія та практика / Мазур І. – К., 2016. – 239 с
3. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації: [монографія] / ред. З.С. Варналій. – К.: НІСД, 2006. – 574 с.
4. Ванькович Ю. М. Визначення сутності тіньової економіки/ Ю. М. Ванькович // Національний університет «Лівівська політехніка» . - 2009. - С. 450-456.
5. Шнайдер Ф. Теневые экономики: размеры, причины роста и следствия / Ф. Шнайдер, Д. Энсте // Аргументы и факты. – 2001. – № 17. – С. 6
6. Кондрат І. Ю. Тіньова економіка: сутність та сучасний стан в Україні/ І. Ю. Кондрат, Т. П. Миндюк // Науковий вісник НЛТУ України . - 2010. – Вип. 20.2. - С. 186-190.

Плаксина В.В.

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІК: ГРУПУВАННЯ КРАЇН

Роль цифрових технологій стає все більш важливою для виробничих процесів та соціально-економічного розвитку в цілому. Цифрові технології змінюють способи ведення бізнесу та взаємодії зі своїми клієнтами та постачальниками. Тому розуміння цифрової трансформації та каналів, через які вона впливає на економіку, стає все більш актуальним для глобальної економічної інтеграції країни. У майбутньому міжнародна конкурентоспроможність окремих економік буде залежати від того, наскільки швидко діджиталізація буде використовуватися у виробничих процесах. Ця діджиталізація, у свою чергу, залежить від того, чи має країна необхідні ресурси для такої трансформації [1]. Наявні ресурси значною мірою залежать від досягнутого рівня економічного розвитку. Як правило, це вимірюється рівнем реального валового внутрішнього продукту (ВВП) на особу. За допомогою цього індикатора світ можна поділити на три групи країн [2].

Перша група – західні індустриальні економіки. Якщо цим країнам вдасться сприяти використанню цифрових технологій, вони стануть ще більш конкурентоспроможними. Результатом буде подальше зростання ВВП на особу, зокрема, це стосується США. Та навпаки, ті країни, які зазнають поразки в цифровій трансформації, втратять конкурентоспроможність. Це стосується таких країн як Греція та, можливо, Італія. Старіючі суспільства також можуть потрапити до цієї групи країн, оскільки інноваційна потужність і продуктивність старіючого суспільства, як правило, нижчі[3].

Друга група – азіатські економіки, що розвиваються. За останні два десятиліття багато азіатських країн, що розвиваються, відчули сильне економічне зростання. Тому вони мають фінансові ресурси для цифрової трансформації. Це стосується не лише Китаю, а й інших азіатських економік, таких як Південна Корея, Індонезія, Таїланд та Тайвань. Ситуація 2020 року, спричинена пандемією, вплинула на діджиталізацію торгівлі, що допомогло Індії не впасти в кризу, а навпаки стати країною, в якій бачать перспективу економічного зростання[3].

Третя група – африканські країни, що розвиваються. З одного боку, африканські країни мають молоде і зростаюче населення. Якщо цим країнам вдасться побудувати цифрову інфраструктуру та сприяти розвитку освітнього сектору, може статися сильне економічне зростання. Деякі з цих країн можуть навіть пропустити технологічний крок. Економісти називають це стрибком. Наприклад, країна, яка ще не має стаціонарного телефону для телефонного зв'язку, створює мобільну мережу, і тому перебуває на тому ж технологічному рівні, що й промислово розвинена країна. З іншого боку, це стає проблематичним для бідних, слаборозвинених економік, які не мають цінної сировини і не мають доступу до ринку капіталу. Їм загрожує ще більше відставання в економічному плані, оскільки вони втрачають конкурентоспроможність[3].

Міжнародна конкурентоспроможність країни має вирішальне значення для процвітання її народу. Якщо економіка конкурентоспроможна, національні компанії можуть продавати свою продукцію всередині країни та за кордон. Це забезпечує роботу та приносить дохід працівникам. З підвищенням

конкурентоспроможності країна може виробляти більше товарів і послуг і таким чином збільшити ВВП – і ВВП на особу [4]. Дослідження показує, що глобальне процвітання перерозподіляється: успішна діджиталізація підвищує добробут людей, та навпаки, в країнах, які відкладають діджиталізацію на потім, ВВП на особу падає. Діджиталізація економіки, таким чином, стає передумовою для забезпечення та підвищення процвітання країни, її інтеграції в глобальну економіку та посилення конкурентоспроможності на світовій арені.

Список літератури:

1. Кетрін Елдінг. Діджиталізація та її вплив на економіку: висновки з опитування великих компаній [Електронний ресурс]. 2018. URL: https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/focus/2018/html/ecb.ebbox201807_04.en.html
2. Тіс Петерсен. Цифрова економіка: як діджиталізація змінює глобальну конкурентоспроможність та економічне процвітання? [Електронний ресурс]. 2019. URL: <https://ged-project.de/digitization-and-innovation/digital-economy-how-is-digitalization-changing-global-competitiveness-and-economic-prosperity/>
3. Рекомендації щодо цифрової трансформації у Великій двадцятці [Електронний ресурс]. OECD. 2017. URL: <https://www.oecd.org/g20/policy-recommendations-for-digital-transformation-in-the-G20.pdf>
4. Jorge Arbache. Використання переваг цифрової економіки для розвитку [Електронний ресурс]. IISD. 2018. URL: <https://ictsd.iisd.org/opinion/seizing-the-benefits-of-the-digital-economy-for-development>

Побережська А.І.

МІСЦЕ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

У 2018 році Україна посіла 45-е місце зі 139 країн в світовому Індексі креативності [1, с.7]. Згідно цього дослідження креативні індустрії забезпечують 4% ВВП України. Приблизно \$30 тис. приносить кожний зайнятий у цьому сегменті щорічно [2, с. 685].

Також, Україна має значний потенціал для розвитку таких індустрій, адже із року в рік продовжується ріст експорту творчих товарів і послуг.

На законодавчому рівні можна виділити важливий крок щодо розвитку креативних індустрій в Україні, коли Верховна Рада України ухвалила внесення змін щодо визначення поняття «креативні індустрії» та затвердила окремі види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Впровадження

таких змін відкриває можливість для розширення нормотворчого врегулювання щодо підтримки інноваційної креативної діяльності в Україні [1]. До переліку стали належати такі види економічної діяльності: візуальне, сценічне, аудіальне, аудіовізуальне мистецтво; дизайн; літературна та видавнича діяльність; нові медіа та ІТ; архітектура й урбаністика; рекламна, маркетингова і PR діяльність; бібліотечна, архівна та музейна справа. Такий перелік надасть статистичну інформацію, що одразу дасть реальне розуміння ролі та впливу цього сектору на економіку України.

Більш того, за останні роки Україна стала учасником кількох міжнародних програм, які зокрема передбачають експертну підтримку в галузі культури, гранти на креативні проекти, мобільність, технічну допомогу. Такі як: «Культура і креативність: програма ЄС і Східного партнерства», «Креативна Європа», «Мости культури» (Culture Bridges), п'ятирічна ініціатива «Креативна іскра» (Creative Spark) [3].

Важливим моментом також є те, що в Економічній стратегії 2017-2021, креативні індустрії були окреслені як пріоритетний сектор. А нещодавно були створена окрема Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року, яка залучилась підтримкою ЄС та колишнього заступника міністра культури Естонії Рагнара Сііла [4].

Зараз в Україні креативні та інноваційні напрямки потребують стабільності у державній бюджетній підтримці, щоможливо тільки завдяки оновленій податковій системі, врегулюванні умов кредитування та підтримка інвесторів.

Загалом, тенденція до того, що креативні індустрії будуть зливатися з інноваціями та ІТ в один сектор діяльності, для України це дуже вигідним і перспективним явищем, адже наш сектор ІТ має визначний потенціал. Саме це повинно стати перспективним напрямом стратегічного розвитку держави, адже цифрове суспільство згодом буде диктувати зовсім нові правила.

Тобто, поєднавши ефективну законодавчу основу, оновивши існуючі інститути та створивши нові, залучившись дієвою підтримкою професіоналів креативного сектору та державних органів та адаптувавши кращі іноземні

практики з цієї сфери, Україна зможе заявляти про формування, а головне про розвиток, креативного сектору на своїх теренах.

На жаль, зараз в Україні креативні індустрії відносяться до типу секторів, які знаходяться на етапі формування. Ці сектори потребують узгоджених поступових зусиль у формі інституційної підтримки, загального розвитку та ринкової інформації, щоб мати змогу досягти необхідного ступеня зрілості і складності, необхідних для конкурентоспроможності на міжнародній арені [5, с. 78].

Отже, розвиток креативних індустрій є логічним кроком для України з огляду на тенденції світової економіки, що концентрується в інноваційному та інформаційному капіталі. А креативні індустрії є перспективним для українського експорту сектор економіки, який має додаткові переваги щодо сприяння покращенню між України на глобальному ринку.

Список літератури:

1. Валевський О.Л. Актуальні проблеми реалізації державної політики у сфері розвитку креативних і культурних індустрій: анотація. 2018. 13 с.
2. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Закон України від 24 квітня 2019 р. № 265-2019р. URL: <https://bit.ly/2rp36Fl> (дата звернення: 11.11.2021).
3. Європейська Комісія спільно з Мінкультури провели семінар TAIEХ щодо європейських практик розвитку креативних індустрій. Урядовий портал: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/2DkaWme> (дата звернення: 09.11.2021).
4. Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року. Платформа стратегічних ініціатив «Культура-2025». 2014-2015. URL: <https://bit.ly/2tkCDcV> (дата звернення: 10.11.2021).
5. Експортна стратегія України. Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017-2021 : проект / М-во економічного розвитку і торгівлі України. URL: file:///D:/download/3.%20URK_STDR_UA_27.03.2017.pdf (дата звернення: 10.11.2021).

Самойленко Т.О.

НАПРЯМКИ СПІВПРАЦІ КРАЇН ВЕЛИКОЇ ДВАДЦЯТКИ (G20) В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На сучасному етапі інтеграція країн в рамках міжнародних організацій є ключовим трендом. «Велика двадцятка» є міжнародною неформальною організацією, яка об'єднує 20 головних економік планети, розташованих на різних континентах. На сьогодні вагомість групи G20 для світового співтовариства така ж, як і міжнародних організацій таких, як МВФ, СОТ, ОЕСР.

Велика двадцятка виступає міжнародним об'єднанням глобального масштабу, в межах якого здійснюється узгодження підходів до вирішення актуальних проблем міжнародного рівня, які послуговували причиною створення групи.

Група G20 бере свій початок з 1990-х років. Азійська фінансова криза змусила великі країни з розвинутою економікою (група G7) визнати, що ринки, які розвиваються стають системно важливими в світовій економіці. Для неформальних консультацій з країнами необхідний ширший форум, крім формальних інститутів, таких як МВФ, і деякі члени «Великої Сімки» виступили з ініціативою щодо збільшення складу запрошених країн. Зустрічі цієї розширеної групи (група G20) вперше відбулися в 1999 р., незважаючи на те, що G7 продовжувала збиратися окремо. На рис. 1 відображені члени обох груп.



Рис. 1. Членство у G7 та G20 [1]

Протягом першого десятиліття «Група двадцяти» зустрічалася тільки на рівні міністрів фінансів з відносно низькою помітністю. Перша зустріч G20 на рівні лідерів відбулася у Вашингтоні в 2008 р. в момент глибокої економічної кризи, а в 2009 р. «Група двадцяти» заявила, що вважає себе визначним форумом для міжнародної економічної координації.

Макроекономічна координація в рамках G20 зіграла ключову роль в запобіганні переростання фінансової кризи 2008 р. в другу Велику депресію. Лідери G20 крім створення довіри до фінансових ринків, надали підтримку країнам, що розвиваються в таких галузях, як торгове фінансування, збільшення ресурсів для МВФ і надання своп-ліній ключовим фінансовим центрам. Відповідно, країни, що розвиваються могли вільно проводити антициклічну політику, захищаючи свою економіку і збільшуючи глобальний попит. [2].

Таким чином «Група двадцяти» зіграла ключову роль під час кризи 2008 р. і, ймовірно, врятувала світ від депресії. Проте після цього координація політики стала проблематичною. І це незважаючи на витрати значних ресурсів як на національному, так і на міжнародному рівні.

Важливо зрозуміти, як країни, що розвиваються стали системно важливими в світовій економіці. З 1999 р. в G20 входять 19 суверенних держав і ЄС. З 19 суверенних держав більше половини складають країни, що розвиваються.

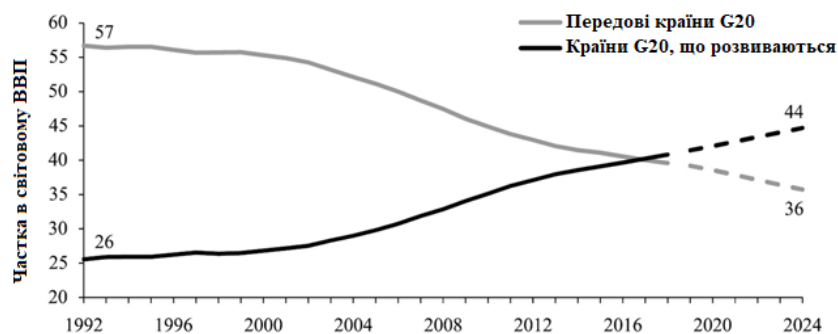


Рис. 2. Частки економік двох підгруп G20 в світовому реальному ВВП (%) [3]

Рис. 2 демонструє, що частка країн з розвиненою економікою в світовому ВВП знизилася, і, відповідно, зросла частка тих країн «Великої двадцятки», економіка яких розвивається, основною, проте не єдиною причиною чого є стійке зростання економіки Китаю.

На рис. 3 відображено показники країн «Групи двадцяти», які розвиваються, як частки товарної торгівлі всіх країн G20 за ще більш тривалий період. Як бачимо, дані вказують на те, що на початку 1990-х років відбувся досить вирішальний момент в інтеграції країн G20, що розвиваються, хоча це в значній мірі було викликано зростанням китайської торгівлі.

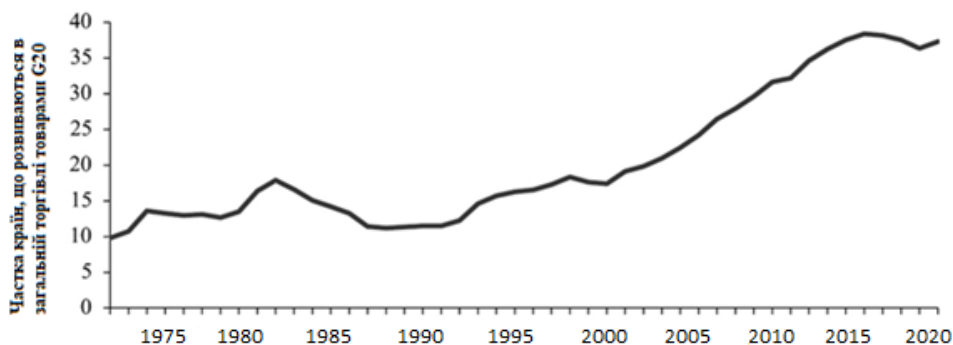


Рис. 3. Частка країн, що розвиваються в загальній торгівлі товарами G20 [3]

Однак на сьогодні існують великі розриви в реальному доході на душу населення, відкритості економіки всередині G20, навіть незважаючи на те, що країни, що розвиваються, індивідуально і як група, стають все більш системно важливими. Ці розбіжності мають надважливе значення для подальшого функціонування «Групи двадцяти» в сьогоднішньому більш політично поляризованому глобальному середовищі.

30 жовтня 2021 р. у Римі стартував дводенний саміт, учасники якого обговорювали питання зміни клімату та відновлення світової економіки, які є ключовими темами на порядку денному G20[4].

На країни G20 разом припадає до 80 % усіх викидів парникових газів, тож група підкреслює, що заможні країни повинні витратити 100 млрд. доларів на рік для допомоги більш бідним державам адаптуватися до змін клімату. Втім, у G20 далеко не всі країни готові досягти нульових викидів парникових газів, як планувалося до середини 21 ст. В той час, як Китай планує досягти цього до 2060 р., Індія, посилаючись на свій статус країни, що розвивається, не взяла на себе аналогічних зобов'язань. Також лідери країн G20 схвалили міжнародну угоду, згідно з якою прибуток великого бізнесу (корпорацій) оподатковуватиметься за ставкою щонайменше 15%. Цей пакт було узгоджено усіма лідерами, які брали участь у саміті[5].

Таким чином, боротьба зі змінами клімату в сучасних умовах є головним пріоритетом для країн G20. Так, підсумкова заява по результатах кліматичного саміту 2021 року підкреслила необхідність значних та ефективних дій та зобов'язань для запобігання глобальних кліматичних змін, а країни G20 мають взяти на себе лідерство в даній сфері.

Список літератури:

1. Bery S. *Twenty years of the G20: Has it changed global economic governance?* / S. Bery, F. Biondi, S. Brekelmans. 2019. URL: <https://rujec.org/article/49435/> (дата звернення: 08.11.2021).
2. World Trade Organization. 2020. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts2019_e.pdf (дата звернення: 08.11.2021).
3. World economic outlook. *Global manufacturing downturn, rising trade barriers*/International Monetary Fund. 2019. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2019/10/01/world-economic-outlook-october-2019> (дата звернення: 08.11.2021).

4. Petrashko L., Martynyuk O., Kucherenko D. "Green" energy transition of Ukraine: strategic and valueorientations // Economics&WorkingCapital. London (GB). 2020. №4 P. 2-6. URL:<http://eworkcapital.com/green-energy-transition-of-ukraine-strategic-and-value-orientations/>(дата звернення: 08.11.2021)

5. BBC. G20: Мировые лидеры утвердили нижний предел налога на прибыль крупных корпораций / BBC. 2021. URL:https://www.bbc.com/russian/news/59106676?at_medium=RSS&at_campaign=KARANGA (дата звернення: 08.11.2021).

Слободянюк А.Ю.

СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Міграційна ситуація в Україні останніми роками стала відносно самостійним чинником, що поглиблює диспропорції соціального та економічного розвитку в окремих регіонах і країні в цілому. Як одна з форм адаптації людей до умов життя, що змінюються, міграція суттєво впливає на географію, структуру і динаміку населення регіону, рівень розвитку продуктивних сил у регіоні, стан ринку праці, соціально-економічні характеристики рівня життя [1, с. 159].

Значним серед факторів соціальної організації економіки є людина і праця. Ринок праці є основою ефективного функціонування підприємств, оскільки тільки він забезпечує наявність трудових ресурсів на робочих місцях. Саме від залучення людини у продуктивну діяльність залежить дія усіх інших факторів, бо саме праця як процес реалізації фізичних і творчих здібностей людини є фактором суспільного прогресу.

Доцільно проаналізувати рівень зайнятості в Україні (табл. 1).

У таблиці 1 ми використовуємо наступні індикатори: економічно активне населення та зайняте населення у віці 15-70 років та працездатного віку.

Статистичні дані таблиці 1.1. демонструють зазначені вище твердження стосовно зменшення спеціалістів в Україні. З 2014 року ми бачимо, що почалося різке зменшення економічно-активного населення, так само як і зайнятого населення. Ми бачимо, що сталим залишається лише рівень безробіття. Однак доцільно проаналізувати детальніше дане питання (рис.1).

Показники економічно активного населення України

	Економічно активне населення				У тому числі, зайняте населення			
	У віці 15-70 років		Працездатного віку		У віці 15-70 років		Працездатного віку	
	тис. осіб	% до населення	тис. осіб	% до населення	тис. осіб	% до населення	тис. осіб	% до населення
	2	3	4	5	6	7	8	9
010	20894,1	63,6	19164,0	71,9	19180,2	58,4	17451,5	65,5
011	20983,0	64,2	19181,7	72,6	19231,1	59,1	17520,8	66,3
012	20851,2	64,5	19317,8	72,9	19261,4	59,6	17728,6	69,9
013	20824,6	64,9	19399,7	72,9	19314,2	60,2	17889,4	67,3
014	19920,9	62,4	19035,2	71,4	18073,3	56,6	17188,1	64,5
015	18097,9	62,4	17396,0	71,5	16443,2	56,7	15442,0	64,7
016	17955,1	62,2	17303,6	71,1	16276,9	56,3	15626,1	64,2
017	17854,4	62,0	17193,2	71,5	16156,4	56,1	15495,9	64,5

Джерело: [0]

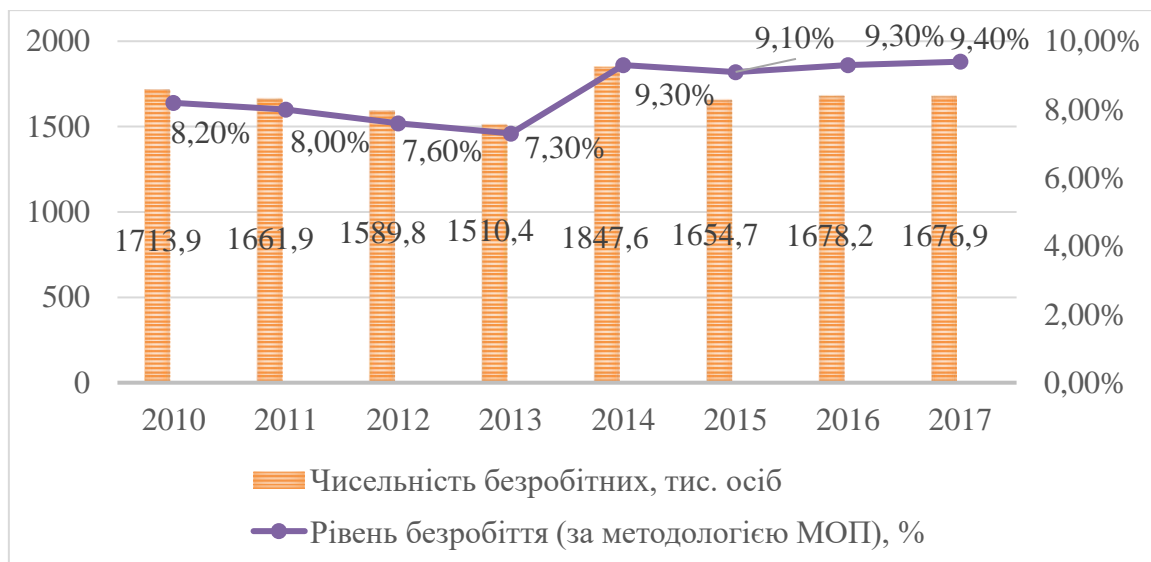


Рис. 1. Безробітне населення та рівень безробіття (за методологією МОП)

Джерело: [2, с. 1076]

Таким чином, рівень безробіття в Україні не тільки є стабільним, а він мав тенденцію до зменшення протягом 2010–2013 рр., а у 2014 році відбулося різке

збільшення на 2% (від 7,3% у 2013 році до 9,3% у 2014 році). З 2014 року рівень безробіття залишається більш-менш стабільним.

При аналізі безробіття населення важливо відзначити причини безробіття. Ми вважаємо, що основними причинами безробіття є [3, с. 118]:

- Невідповідність системи підготовки фахівців потребам ринку праці;
- Незадоволеність умовами праці;
- Нераціональна структура галузевої зайнятості, істотне перевищення пропозиції робочої сили над попитом;
- Низький рівень заробітної плати, яку пропонують роботодавці;
- Обмежені можливості кар'єрного зростання, відсутність перспектив і можливостей поліпшення кваліфікації;
- Політичні та економічні події, що відбуваються в країні.

Структуру безробітного населення України за причинами незайнятості у 2017 році представлено на рис. 2.

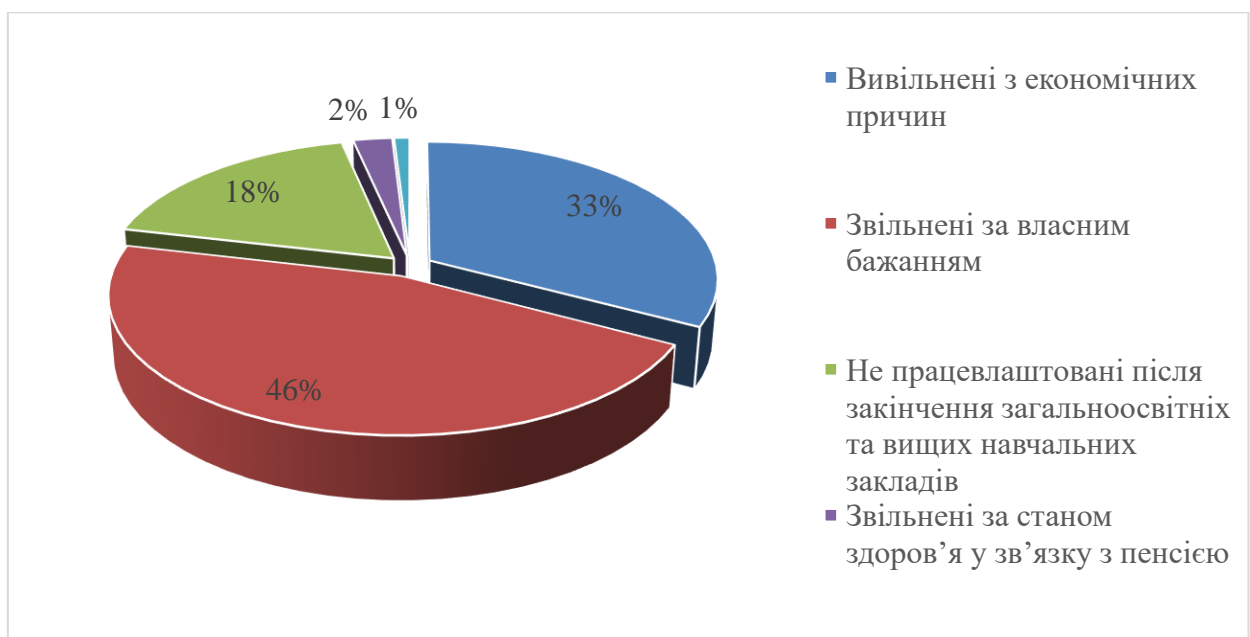


Рис. 2. Структура безробітного населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості за 2017 рік

Джерело: [3, с. 1077]

Проаналізувавши структуру безробітного населення за даними рис. 2.2, можна відмітити, що у 2017 році в Україні, найбільшу питому вагу серед причин незайнятості займали звільнені за власним бажанням (33,5%) та звільнені з

економічних причин (23,9%) загальної кількості безробітних. Найменшу питому вагу серед причин незайнятості займали демобілізовані з військової строкової служби (0,7% безробітних) [4, с. 1077].

Таким чином, стан ринку праці в Україні не можна назвати задовільним – зростання безробіття, тим більше в основному з причин звільнення за власним бажанням, більш того – низький рівень заробітної праці у порівнянні з європейськими сусідами – усі ці причини зумовлюють постійне зменшення рівня зайнятості та втрату професійних кадрів.

Список літератури:

1. Державне управління регіональним розвитком України: монографія / за заг. ред. В.Є. Воротіна, Я.А. Жаліла. – К.: НІСД, 2010. – 288 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
3. Романко, О.П. Трудовий капітал як джерело економічної могутності України / О.П. Романко, М.І. Данилюк // Наукові праці Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу [Електронний ресурс].–Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2011/Economics/5_89204.doc.htm
4. Соціологічна група «Рейтинг». Динаміка міграційних настроїв українців. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/dinamika_migracionnyh_nastroeniy_uk

Французова Д.А.

НОВІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ

За останнє десятиліття зелена економіка стала важливим підґрунтям сталого розвитку. Вона являє собою основу для створення більш соціально інклюзивних суспільств, які ефективніше використовують ресурси, менш шкідливі для навколишнього середовища. Дослідження економічної літератури з зеленої економіки засвідчує, що ключовим поняттям для європейської економіки стають поняття «зеленого» економічного зростання, при якому збільшується безпека суспільства і знижується ризик економічних і фінансових криз. У цьому контексті екологічно чисте зростання економіки проголошується як необхідна умова, а енергоефективність виробництва розглядається як дин з критеріїв збалансованого розвитку суспільства. Втілення поставленої мети відбулось у Європейській зеленій угоді, яка передбачає проект по формуванню вуглецево-

нейтрального простору в країнах ЄС до 2050 р. Для цього країни ЄС будуть направляти 1-2% свого ВВП на розвиток зеленої економіки, а саме на створення нової промислової інфраструктури і нових «зелених» робочих місць, на переоснащення виробництв, на розвиток нових напрямків науково-дослідної роботи. Згідно з розробленою в рамках європейської зеленої угоди дорожньої карти, викиди парникових газів повинні бути скорочені 2030 р мінімум на 50% в порівнянні з рівнем 1990 року.

Для досягнення головної мети – перетворення Євросоюзу в вуглецево-нейтральну економічну зону передбачено переформатування провідних секторів європейської економіки, таких як енергетика, будівництво, транспорт, сільське господарство та ін. Виконання цього амбіційного завдання передбачає розробку і впровадження широкого спектру інструментів, які складають «механізм регулювання вуглецевого кордону» [1]. Він включає просування економіки замкнутого циклу, перегляд системи торгівлі викидами і директиви з оподаткування енергетики, підтримання біорізноманіття, відновлення і збереження лісів, реалізацію стратегії від «ферми до вилки» [2].

Для реалізації Зеленої угоди на рівні ЄС передбачена програма дій з охорони навколишнього середовища з новим механізмом моніторингу просування до намічених рубежів. Комісії доручено оцінювати проекти планів, стежити за ходом їх виконання і вживати заходів щодо виправлення становища, головним чином у формі рекомендацій державам-членам. В контексті моніторингу члени ЄС повинні представляти доповіді про хід здійснення національних планів в області клімату та політики щодо скорочення викидів парникових газів. Крім того, вони повинні регулярно оновлювати довгострокові стратегії в сфері клімату та енергетики, що охоплюють, щонайменше, наступні 30 років, перебудувувати свій енергетичний сектор, створювати «зелені» робочі місця і найголовніше – регулювати викиди. ЄС є ініціатором нового загального курсу, однак якщо співвіднести регуляторні компетенції ЄС і держав-членів, то очевидний сильний перевага в сторону національного рівня. По суті, саме за державами

закріплюються повноваження по реальному регулюванню, в той час як ЄС здійснює функції моніторингу та загальної законодавчої ініціативи.

Економічна криза, викликана пандемією COVID-19, не могла не відбитися на реалізації Європейської зеленої угоди. В супереч очікуванням деяких експертів і політиків, вона не загальмувала, а скоріше підштовхнув рух в цьому напрямку. Лідери багатьох країн ЄС переконані, що економіка після кризи не повинна відновлюватися по колишній моделі. Передбачається, що цей поворотний для розвитку Європи і світу момент може стати драйвером змін. Комісія оголосила, що графік основних пріоритетів буде збережений, хоча розробка деяких з «менш значущих» ініціатив Зеленого курсу (наприклад, нова Стратегія ЄС щодо адаптації до зміни клімату і нова Лісова стратегія ЄС) буде відкладена.

Першим кроком стало прийняття Єврокомісією Інвестиційного плану і Механізму справедливого переходу [3]. Інвестиційний план, що становить ядро Зеленої угоди, переслідує такі основні цілі. По-перше, він збільшує фінансування переходу і мобілізує не менше 1 трильйона євро для підтримки стійких інвестицій протягом наступного десятиліття через бюджет ЄС і Invest EU (програми по залученню державних і приватних інвестицій з використанням бюджетних гарантій ЄС). По-друге, він створює сприятливі умови для приватних інвесторів і державного сектора в сприянні стійким інвестицій. В рамках цього плану держави-члени і бізнес фінансуватимуть європейську зелену угоду. З 2021 по 2027 рік Європейський соціальний фонд, який фінансує проекти щодо сприяння зайнятості та соціальної інтеграції по всьому ЄС, витратить понад 88 мільярдів євро [4]. Використання цих коштів допоможе створенню "зелених" робочих місць, підтримці спеціалізованих навчальних програм, перепрофлюванню – всім ініціативам, які сприяють прискоренню переходу до зеленої та цифрової моделей економіки.

Очевидно, що з початком пандемії COVID-19 деякі країни і великі компанії почали чинити тиск на Європейську комісію з метою змусити відмовитися від європейської зеленої угоди на користь фінансування бізнесу, як це було під час

кризи десятирічної давності. Однак Брюссель виявився непохитним в прагненні йти по шляху «озеленення» економіки, отримавши в цьому питанні підтримку європейських законодавців. В кінці травня 2020 р. Європейська Комісія опублікувала пакет заходів по відновленню економіки на 750 млн євро під назвою Next Generation EU, який включає рекомендації по вибору пріоритетів [5]. В рамках цього плану цифровий і зелений напрямки розглядаються в якості ключових, а це означає, що гроші будуть витрачені тільки на проекти, що відповідають певним екологічним критеріям.

Підсумовуючи вище наведене слід зазначити, що нові вектори європейської зеленої економіки полягають в досягненні подвійного переходу до кліматичної нейтральності та до цифрового лідерства. Водночас економічні труднощі гальмуватимуть запуск конкретних механізмів регулювання, а інвестиції в інфраструктуру займуть набагато більше часу. На практиці це спричинить розбіжності між заявленими діями та здійснюваними заходами, що найімовірніше призведе до збільшення термінів угоди або лише часткової її реалізації.

Список літератури:

1. EU Green Deal (carbon border adjustment mechanism) [published 04.03.2020]. European Commission. URL: <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12228-Carbon-Border-Adjustment-Mechanism> (accessed 15.11.2021).
2. From Farm to Fork [published 11.12.2019]. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/fs_19_6727 (accessed 15.11.2021).
3. The European Green Deal Investment Plan and Just Transition Mechanism explained [published 14.01.2020]. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_20_24 (accessed 11.11.2021).
4. A€1 Trillion Opportunity: How to read the EU Green Deal Investment Plan [published 03.02.2020]. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/bhaktimirchandani/2020/02/03/a-1-trillion-opportunity-how-to-read-the-eu-green-deal-investment-plan/?sh=5be5d0b45ee4> (accessed 12.11.2021).
5. The EU's €750 bn recovery plan comes one step closer [published 14.11.2020]. The Economist. URL: <https://www.economist.com/europe/2020/11/14/the-eus-eu750bn-recovery-plan-comes-one-step-closer> (accessed 17.11.2021)

Худолій Н.Є.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ РОЗУМНИХ МІСТ КНР

Згідно з дослідженнями ООН урбанізація є одним із чотирьох найголовніших тенденцій сучасності, разом із зростанням населення, старінням та міжнародною міграцією. До 2050 року дві третини населення будуть

проживати у містах [1]. Рівень урбанізації в Китаї перевершить прогнози, адже наразі частка урбанізованого населення складає 64% [2], а до 2030 буде на рівні 75% [3]. В умовах конкуренції країн на світовій арені, смарт міста сприятимуть успішному розвитку урбанізації, забезпечуватимуть конкурентоспроможність країнта ефективний розподіл обмежених ресурсів.

Метою даного дослідження є розкриття особливостей стратегії розвитку розумних міст КНР та оцінка їх конкурентоспроможності. Результати можуть бути корисними для України, яка розпочала процес розвитку розумних міст.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети використані використано такі методи дослідження: аналітичний, порівняльний, метод синтезу та комплексної оцінки.

Огляд фахової літератури. При огляді літератури увага була спрямована на наукові роботи Антонюк Л.Л., Антонюк Б. О., Дроботюк О. В., Данко М. Було розглянуто рейтинги оцінки позицій розумних міст серед країн світу. Міжнародні організації, зокрема OECD, ООН, Європейська Комісія розробляють принципи оцінки та впровадження концепції смарт міст. До компаній, які забезпечують технологічну базу, інвестиції, дослідження та програмне забезпечення для смарт міст відносять: CiscoSystems, IBM, Siemens AG, Huawei, Microsoft.

Результати дослідження. Аналітичне дослідження OECD виокремлює найбільш важливу дефініцію розумного міста – це інноваційне місто, яке використовує інформаційно-комунікаційні технології для покращення якості життя, ефективності функціонування міста, забезпечує конкурентоспроможність, задовольняє потреби нинішнього та майбутніх поколінь в економічному, соціальному, екологічному аспектах [4].

Аналітична оцінка рейтингу SmartCityIndex дозволила визначити, що у Топ-100 увійшли 11 міст Китаю, найвищу позицію серед смарт міст світу займає Гонконг – 32 місце і за рік його місце підвищилось на 5 позицій, інші міста розташувались з 62 по 69 та 81-й і 82-й позиціях [5]. За оцінкою InnovationCitiesIndex Шанхай та Пекін входять у двадцятку, а ще чотири міста у

Топ-50 [7]. Це свідчить про високий розвиток розумних міст Китаю та їх високу конкурентоспроможність й інноваційність.

У жовтні 2020р. було затверджено основні довгострокові цілі економічного та соціального розвитку Китаю до 2035р. Пріоритетними сферами розвитку та головними факторами, які сприяють досягненню глобального лідерства Китаю, є інновації, наука та технології. Уряд планує прискорити розвиток технологій нового покоління, сприяти глибокій інтеграції Інтернету та штучного інтелекту, підвищити цифрові навички населення та сформуванати міжнародні правила та стандарти цифрової галузі [6]. Тому, стратегія розвитку розумних міст КНР є важливою складовою економічного, інноваційного, екологічного та політичного розвитку держави.

Серед особливостей стратегії Китаю можна виділити те, що більша частина проектів смарт міст територіально розташована на сході, в економічно розвиненій частині Китаю. Більшість проектів смарт міст фінансуються безпосередньо за рахунок державних інвестицій. Також, існує система класифікації міст на чотири рівні, яка розподіляє їх за рівнем ВВП, рівнем адміністративного поділу та чисельністю населення. Вона є орієнтиром для іноземних і національних інвесторів та дозволяє ефективно розподіляти інвестиції [6].

В Україні була сформована Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027рр., основними завданнями якої є запровадження інноваційних технологій у системи управління розвитком міст, розвиток кібербезпеки, переведення публічних послуг та відкритих даних в електронну форму, забезпечення офіційних порталів органів місцевого самоврядування, впровадження використання систем відеоспостереження, контролю за рівнем забруднення [6]. Проте, для ефективної реалізації проектів смарт міст необхідна більша підтримка з боку уряду, покращення якості послуг та стимулювання розвитку технологій.

Висновки і пропозиції. Дослідивши стратегію розвитку розумних міст КНР можна виокремити такі основні фактори їх успіху: спрямованість на розвиток інновацій, науки, технологій нового покоління, участь держави у розробці

стратегії розвитку смарт міст та інвестуванні, сприяння ефективному розвитку глобалізації та забезпеченню міжнародної конкурентоспроможності.

Досвід Китаю є дуже корисним прикладом для України. Головними рекомендаціями буде підвищення ефективності урядової політики та розробки стратегії розумних міст, запровадження багатосторонньої моделі співробітництва та фінансування, збільшення витрат на дослідження та розробки у сфері ІКТ, розвиток технологій штучного інтелекту, Інтернету речей та хмарних обчислень.

Список літератури

1. Demographic Trends and Urbanization. URL: <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/260581617988607640/demographic-trends-and-urbanization>
2. Degree of urbanization in China. URL: <https://www.statista.com/statistics/270162/urbanization-in-china/>
3. Urbanization Could Help Solve China's Shrinking Workforce. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-07-19/urbanization-could-help-solve-china-s-shrinking-workforce>
4. Sustainable Smart Cities. URL: <https://unece.org/>
5. Smart City Index 2020. URL: https://www.imd.org/globalassets/wcc/docs/smart_city/2columns-rankings-2020.pdf
6. Smart-інфраструктура у сталому розвитку міст: світовий досвід та перспективи України. URL: <https://razumkov.org.ua/uploads/other/2021-SMART-%D0%A1YTI-SITE.pdf>
7. Innovation Cities Index 2021: Top 100 World's Most Innovative Cities. URL: <https://www.innovation-cities.com/worlds-most-innovative-cities-2021-top-100/25477/>

Цегельник.В.В.

УКРАЇНА У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ МЕРЕЖ

В даний час перед країнами, повстали завдання, удосконалення експортно-імпортних операцій, їх урегулювання, нові технології доставки для їх більшої мобільності, зважаючи на світові тренди. Україна як і будь яка країна потребує інновацій у сфері логістичних послуг. Вдосконалення своєї логістики за рахунок світових іт-технологій. Якість експортно-імпортних операцій країни залежить від вірної стратегії та організованої роботи держави і спеціальних служб.

Інфраструктура невід'ємно відіграє важливу роль в економіці на сучасному рівні суспільного поділу праці. Державі необхідно здійснювати (самостійно або приватними коштами) інвестиції в розвиток інфраструктури, яка б надалі стимулювала розвиток самої економіки. Інфраструктура як складова економічної системи пройшла етапи еволюції, розвивається на різних рівнях, виконує важливі

функції, має характерні властивості, ефекти та принципи, ознаки системних проблем розвитку[3, С. 18].

Одним з ключових трендів, що впливають на розвиток транспортно логістичної галузі, є цифровізація операційних і договірних процесів. Яскравим прикладом цифровізації логістики є робота портів в Китаї. Китайський порт Сямінь продемонстрував можливості повністю автоматизованого портового комплексу на основі технологій 5G і інтернету речей. Безпілотний кран в порту зняв з теплохода контейнер і занурив його на безпілотну платформу, яка доставила його до місця перевантаження для подальшого транспортування[1].

Новітнім напрямом логістичного бізнесу є використання інтелектуальних транспортних систем та динамічний розвиток програмних рішень. Враховуючи сучасні умови пандемії, можна стверджувати, що в логістиці почалася справжня ІТ-революція. Варто відзначити використання ІТ-платформ для логістичних компаній з метою обміну тарифами і ставками[5]. Передбачається, що розширення ринку онлайн-комерції і оптимізація транспортно-логістичної галузі сприятимуть розвитку економіки спільного споживання і інтеграції ланцюжка створення вартості між компаніями в транспорті та логістиці, в сфері онлайн-комерції і виробниками [1].

Ринок логістичних послуг України з точки зору глобального ринку дещо відстає від сформованих світових трендів. Він потребує суттєвого удосконалення. Правового поля щодо регулювання роботи митних органів, спрощення процедури проходження митного контролю. Оновлення інфраструктури міжнародного транспортного сполучення, осучаснення транспортного комплексу, що задовольняє потреби національної економіки у транспортному забезпеченні [2].

Основним драйвером якісного розвитку світового логістичного ринку є інвестиції в технологічні інновації (автоматизоване вантажно-розвантажувальне обладнання, GPS, програмне забезпечення) [6, с. 40-41]. Безумовно, реалізація таких проектів передбачає застосування механізмів державно-приватного

партнерства (ДПП). За оцінками МВФ для країн із розвинутою економікою інвестування додатково 1% ВВП в інфраструктуру в середньому приведе до збільшення ВВП на 1,5% протягом чотирьох років. [7,с.76]

Підсумовуючи, Україна повинна звернути увагу на такі аспекти. Державні системи, що підтримують логістику потребують уваги. Логістичні навички обмежені в деяких секторах. У галузі освіти і підготовки кадрів переважають установи державного сектора, тоді як ширша участь приватного сектора могла б покращити навички та їх відповідність попиту на ринку. Галузева політика повинна націлюватися на збільшення транзитних послуг, які занепали через конфлікт з Росією. [4]

Необхідно докласти всіх зусиль для переходу на (лінійне) морське перевезення вантажу, де це можливо. Це могло б потребувати, наприклад, змін у рівні портових зборів та плати за лінійні судноплавні засоби, звільнення від використання лоцманів, коли використовуються дипломовані штурмани та командний склад екіпажу [4].

Список літератури:

1. Шишкар'юв С. Що трапиться з вантажоперевезеннями після пандемії: прогноз від учасника найгучнішої приватизації останніх років. Веб сайт.URL: <https://www.forbes.ru/milliardery/402319-chto-sluchitsya-s-gruzoperevozkami-posle-pandemii-prognoz-ot-uchastnika-samoy>

2.Ринок логістичних послуг України: тренди та можливості. Веб-сайт.URL: <https://ru.tot.com.ua/post/rinok-logistichnih-poslug>

3. Белкіна Т.Д. Інфраструктура та її програмування у розвинених капіталістичних країнах / Т.Д. Белкіна. Проблеми функціонування та розвитку інфраструктури народного господарства.М: ВНИИСИ, 1979.с.18.

4.Стратегія сталої логістики та План дій для України. Проект для розгляду. Міністерство інфраструктури України.URL: <https://mtu.gov.ua/files/Logistics.pdf>

5. П'ять чинників, що впливають розвиток транспортно-логістичної галузі. Огляд тенденцій розвитку транспорту та логістики у 2019 році. URL: <https://www.pwc.ru/ru/transportation-logistics/assets/obzor-tendentsiy-razvitiya-transporta-i-logistiki-v-2019.pdf>

6.Лукінський В. Економічна оцінка витрат на логістику при міжнародних автомобільних перевезеннях / В. Лукінський, Є. Будріна, Ю. Машин. Дистрибуція та логістика.2007.№ 9.С. 40 – 41.

7.Круглов В.В. Механізми державно-приватного партнерства у реалізації проектів логістичної інфраструктури. Публічне управління та митне адміністрування. 2018. №1 (18). С.76.

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК ПАРАДИГМА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сьогодні не викликає сумніву, що досягнення сталого розвитку майже повністю залежить від «правильності» економіки. У літературі для визначення «правильної» економіки використовується широкий набір термінів: стійка економіка, «зелена» економіка, низьковуглецева економіка, циркулярна, економіка замкнутого циклу, «синя» економіка, економіка, заснована на знаннях тощо. У всіх випадках визнається необхідність вироблення нового сталого економічного курсу. Напрями нового курсу розвитку позначені на міжнародному рівні: в ініціативах ООН щодо переходу до «зеленої» економіки, у програмах ОЕСР із «зеленого» зростання.

Важливо відзначити зміщення центру інтересів у новій парадигмі розвитку: від кількісного зростання до якісного розвитку. Вже не так важливо кількісне збільшення масштабів економіки, що передбачає зростання обсягу та швидкості енергетичних та матеріальних потоків, скільки якісні вдосконалення у їх структурі [1]. Цей процес пов'язаний як з нарощуванням нових технологій, так і з їхньою якісною трансформацією [2, с. 3]. Іншими словами, перехід до сталого розвитку має якісний характер: у новій парадигмі розвитку справжнім економічним прогресом можна вважати такий прогрес, при якому економічна діяльність і вся поведінка людей узгоджується з глобальними циклами замкнутого життєзабезпечуючого середовища [3]. За Н.Ф. Реймерсом, для такої перебудови необхідна радикальна зміна тенденцій, яка полягає в особливій увазі до «якості людини» та «якості її життя» [4].

«Зелена» економіка є стрижнем концепції сталого розвитку і має стати основою переходу до нього (рис. 1). «Зелена» економіка включає ті види та результати господарської діяльності, які, поряд з модернізацією та підвищенням ефективності виробництва, сприяють поліпшенню якості життя і середовища проживання [6, с. 265]. Перехід до сталого розвитку виходить з оптимізації відносин людини з природою й у літературі часто позначається як «зелена» стратегія зростання чи «зелене» зростання.

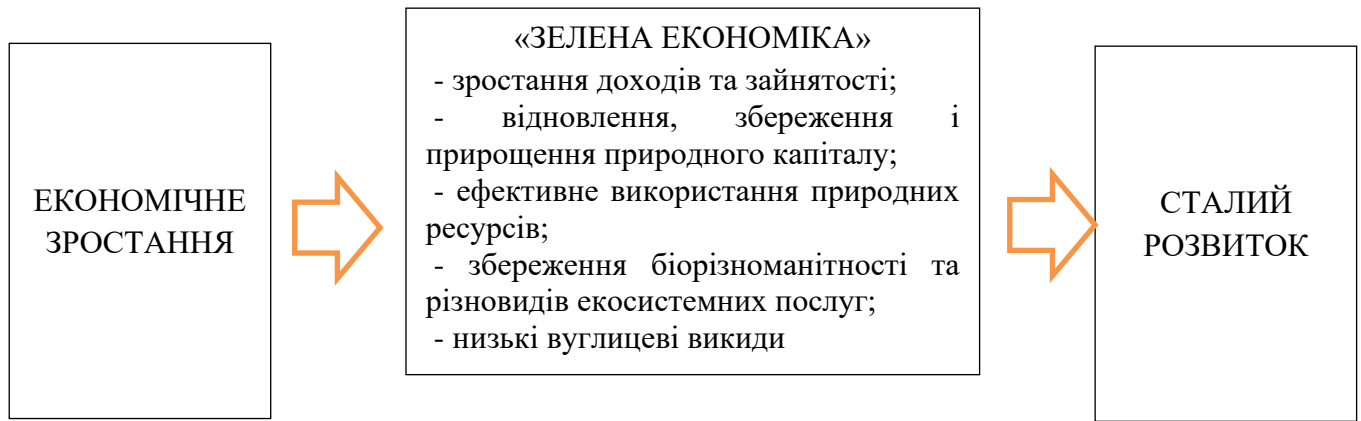


Рисунок 1. Узагальнена схема переходу до сталого розвитку[5]

Глобальний інститут «зеленого» зростання визначає «зелене» зростання як нову революційну парадигму розвитку, яка підтримує економічне зростання і водночас забезпечує кліматичну та екологічну стійкість. Основна увага при цьому приділяється вирішенню корінних причин цих проблем при забезпеченні створення необхідних каналів для розподілу ресурсів та доступу до основних товарів для бідних верств населення [7, с.191].

У зарубіжній літературі часто зустрічається термін «greentransformation», під яким розуміють «зелену» трансформацію, тобто реструктуризацію економіки, спрямовану на економічний розвиток та інтегровану до системи охорони навколишнього середовища [5, с.2]. Інакше кажучи, процес передбачає трансформацію традиційного зростання на «зелене».

У зв'язку із «зеленою» стратегією зростання та «зеленою» трансформацією часто згадується новий «зелений» курс, який відображає рекомендації ООН щодо одночасного забезпечення економічного зростання та збереження навколишнього середовища. У 2008 році Ахім Штайнер, виконавчий директор ЮНЕП, озвучив, що «Глобальний Новий «зелений» курс спрямований на створення робочих місць у «зелених» галузях промисловості», що має підвищити темпи зростання світової економіки та водночас уникнути критичних кліматичних змін [8].

Сталий економічний розвиток передбачає ефективне використання природних ресурсів, мінімальне антропогенне забруднення природного середовища та стійкість економічних систем до природних ризиків завдяки

стратегії адаптації, екологічного менеджменту та управління природним капіталом [9, с.2]. По суті, кінцевою метою реалізації політики сталого розвитку в економічній сфері є досягнення нової якості економічного розвитку, заснованого на низьковуглецевому, ефективному, екологічно чистому виробництві, що орієнтується на ідеї справедливого розподілу та замкнутого циклу [10]. Концепція «інклюзивної зеленої економіки», яку підтримують авторитетні міжнародні організації, що спеціалізуються на збереженні базової соціальної та екологічної безпеки, орієнтується на розширення можливостей економічного розвитку держав, використовуючи відповідні фіскальні стратегії та стратегії соціального захисту.

Список літератури:

1. Реймерс Н.Ф. Надежды на выживание человечества: Концептуальная экология. Москва, 1992. 367 с.
2. Petrashko L., Martynyuk O., Kucherenko D. "Green" energy transition of Ukraine: strategic and value orientations // Economics & Working Capital. London (GB). 2020. №4 P. 2-6. URL: <http://eworkcapital.com/green-energy-transition-of-ukraine-strategic-and-value-orientations/> (дата звернення: 08.11.2021)
3. Costanza R., Folke, C. Ecological Economics and Sustainable Development. Philippines: Manila, 1994. pp. 3-90
4. Тинберген Я. Пересмотр международного порядка; подобщ. ред.: Рывкин А.А., пер.: Бонк И.А. Москва: Прогресс, 1980. 416 с.
5. Schmitz H. Green Transformation: Is There a Fast Track? URL: <https://www.ids.ac.uk/download.php?file-files/dmfile/Schmitz2014GreenTransformationIsthereaFastTrack.pdf> (дата звернення: 28.10.2021)
6. Røpke I. Trends in the development of ecological economics from the late 1980s to the early 2000s. Ecological Economics. 2005. № 55 (2). pp. 262 – 290
7. OECD Better Policies for Sustainable Development 2016: A New Framework for Policy Coherence. – Paris: OECD Publishing, 2016. 295 p.
8. European Spatial Development Perspective (Towards balanced and sustainable development of the territory of the EU), ESDP URL: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports- /pdf/sum_en.pdf (дата звернення: 28.10.2021)
9. Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development. The World Bank, 2012. 293 p.
10. Martynyuk O. Strategy of «Green» transformation of Ukraine's economy in the context of climate neutrality and sustainability // AL – FARABI 9th International Conference on Social Sciences May 2-4, 2021 'Nakhchivan' University, Azerbaijan. Conference Abstracts Book. URL: https://tr.farabicongress.org/conference-books?fbclid=IwAR3paGaXwSFvIs0KKV0BmdDZ6rlZ-JOYy_fGjktcA-pyyxCbOXY5Geu1IKA (дата звернення: 28.10.2021)

ПРОМИСЛОВА ПОЛІТИКА КРАЇН В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Світова економіка трансформується внаслідок швидких темпів розвитку і зростаючого використання інформаційно-комунікаційних технологій. У процесі розвитку інформаційного суспільства у кожній країні відбувається формування економічної системи інформаційного типу – цифрової економіки, характерною особливістю якої є активне використання сучасних технологій та мережі Інтернет.

Поняття цифрової економіки стало звичайним явищем для опису того, як цифрові технології змінюють моделі виробництва і споживання. Хоча спочатку цифрова економіка переважно розвивалася у розвинених країнах, її наслідки мають глобальне охоплення, а також все більше впливають на країни, що розвиваються.

Загалом активному розвитку цифрової економіки та діджиталізації промисловості сприяла четверта промислова революція. Вона дозволяє цифровому виробництву вбудувати сенсорні пристрої практично у всі виробничі компоненти, вироби та обладнання. Аналіз відповідних даних у всюдисущій системі із злиттям цифрових даних та фізичних об'єктів має можливість перетворити кожен промисловий сектор світу на еволюцію набагато швидше та з більшим впливом, ніж будь-яка з трьох попередніх промислових революцій, тобто промисловість 1.0, 2.0 та 3.0 [1].

Після кількох десятиліть роздумів науковців питання перегляду основних концепцій промислової політики питання знову стало актуальним як для країн, що розвиваються так і для розвинених. Настільки високий інтерес в розвинених, а особливо в країнах, що розвиваються викликаний, з одного боку, бажанням здійснювати конкретні зміни в структурі економіки, а з іншого - необхідністю синхронізації використання великої кількості податкових, митно-тарифних, кредитно-грошових інструментів впливу на різні галузі економіки.

Проте нове покоління промислової політики суттєво відрізняється від попередніх. Порівняно з відносно жорсткою промисловою політикою минулого,

яка, як правило, зосереджувалась на агресивному захисті конкретної галузі, промислова політика сьогодення є більш інтерактивною, інклюзивною, гнучкою, та має змогу інтегруватися з іншими галузями політики. Крім того, операції з ПП та МНП також стали невід'ємною частиною сучасної промислової політики у багатьох країнах.

Стратегію промислової політики країни визначають наступні чинники: стан економіки в цілому, рівень розвитку науки, масштаби НДДКР, кількість і якість трудових ресурсів, гнучкість ринку праці, а також можливість передбачення того, які товари і послуги будуть затребувані на внутрішньому і зовнішньому ринку в майбутньому. Вектор промислової політики задається державою, і успіх її реалізації залежить від готовності уряду і підприємницьких структур рухатися в інноваційному напрямку [2].

Для детального розуміння загальних концепцій діджиталізації промислового сектору розглянемо приклади промислових політик певних країн світу (таблиця 1):

Таблиця 1

Приклади інноваційних промислових політик провідних країн світу

Країна та рік впровадження	Програма	Фінансування	Мета прийняття та результати
Німеччина (2011)	Industrie 4.0	10,9 млрд євро	Стартувала як один із проєктів розвитку національної стратегії як компонента загальної стратегії ActionPlanHigh-TechStartegy 2020
Італія (2012)	LaFabbricadelFuturo	18 млрд євро держкоштів	Програма “Фабрика майбутнього” спрямована на створення дослідницьких ініціатив з метою підвищення конкурентоспроможності італійської промисловості
Франція (2015)	UsinedeFutur	10 млрд євро держкоштів та підтримка приватного сектору	Програма спрямована на сприяння модернізації промислового виробництва та підвищення конкурентоспроможності за рахунок інновацій і технологій
Китай (2015)	MadeinChina	23 млрд дол США	Десятирічний план дій, націлений на модернізацію національної обробної промисловості
Сінгапур (2016)	RIE 2020	19 млрд дол США	Зусилля країни спрямовані на розвиток можливостей у сфері науково-технічної роботи для зміцнення своєї промисловості та розширення бази талантів у сфері науково-технічної роботи.

Джерело: складено автором на основі [3]

Таким чином, промислова революція четвертого покоління значно впливає на всі країни світу без виключень. Уряди країн разом з тісною кооперацією з представниками бізнесу розробляють спільний план дій для стимулювання економічного розвитку країн та покращення умов життя загалом.

Список літератури:

1. Industrial Internet of Things: Unleashing the Potential of Connected Products and Services [Електронний ресурс] // World Economic Forum. — 2015. — Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_IndustrialInternet_Report2015.pdf
2. Кравченко О., Лещенко М., Вдовиченко Ю. Цифровізація як глобальна тенденція та фактор зростання сучасної економіки (2019) [Електроннийресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/333459547_The_digitalization_as_a_global_trend_and_growth_factor_of_the_modern_economy
3. Селедцова І. А. Порівняльний аналіз ключових особливостей розвитку «індустрії 4.0» у країнах Європи, Азії, США та Росії / І. А. Селедцова, В. А. Ніконова. // Інновації. – 2017. – №11. – С. 15–21.

Тофанчук І.В.

ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНОМУ РЕСУРСНО-ТЕХНОЛОГІЧНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ

В сучасних умовах інформаційні технології динамічно інтегруються в усі області глобальної економіки, безпосередньо впливаючи на формування стабільних конкурентоспроможних позицій. Розуміння значущості інформаційних технологій для розвитку всієї діяльності, підвищення якості товарів і послуг, обумовлює стійке зростання попиту на ці технології.

ІТ-сфера має особливе значення для економіки України, так як її взаємодія з іншими галузями у зовнішньоекономічному середовищі відбувається в транснаціональному масштабі. Тому проблема зміцнення національних позицій конкурентоспроможності на світовому ринку ІТ-послуг є надзвичайно актуальною [1].

Внутрішній ринок інформаційно-комунікаційних технологій формується досить активно. Також, зростає ринок комп'ютеризації організацій, відзначається значне зростання експорту української комп'ютерної продукції і технічних послуг.

Серед сильних сторін ІТ-сектору України – це наявність висококваліфікованих кадрів, значної кількості ІТ-компаній, світових R&D

центрів, потужних ІТ-кластерів (великих центрів розробки), а також динамічний розвиток ринку аутсорсингу ІТ-послуг.

При цьому недоліками внутрішнього ІТ-сектора України є низький рівень інфраструктурного розвитку, структурна неефективність ІТ-ринку [2].

Головними складовими ІТ-послуг в Україні є наступні напрямки:

- ІТ-підтримка та аутсорсинг – комплексна послуга з підтримки, адміністрування, оновлення ІТ-продуктів;

- спеціалізована розробка прикладних програм – послуги в рамках повного або часткового циклу розробки програмного забезпечення, які надають додаткову цінність за рахунок розробки продукту;

- ІТ-консалтинг і цифрова обробка – є частиною CAD або індивідуальних послуг, які входять до складу класичних консалтингових послуг;

- аутсорсинг R&D бізнес-процесів – є послугою з високою доданою вартістю, що представляє собою поєднання ІТ-консалтингу та CAD.

Ринок ІТ-продуктів досить складно піддається оцінці в зв'язку з наявністю в Україні підприємств, які виробляють переважно квазіпродукти. Що стосується виробництва апаратного забезпечення, то воно залишається недостатньо розвиненим і в основному складається з виробництва комплектуючих для обладнання попередніх поколінь.

За оцінками фахівців PwC, до 2025 року галузь може зрости майже до 8,5 млрд доларів, а кількість робочих місць збільшиться майже в 2,5 рази – до більш ніж 240 тис. працівників. Хоча, за прогнозами фахівців PwC, галузь ІТ-послуг в Україні так чи інакше буде рости, але через системні проблеми, спостерігалось зниження темпів зростання [3].

Згідно з опублікованим PortulansInstitute Україна за рівнем мережевої готовності посіла 67 серед 93 досліджуваних країн у 2019 р. [4].

Пріоритетним в умовах національної програми розвитку ІТ в Україні має стати забезпечення зростання конкурентоспроможності даної галузі, що може бути досягнуто шляхом реалізації наступних кроків [5]:

1) збільшення обсягів підготовки ІТ фахівців в тих регіонах, де очікується стрімке і значне зростання нових робочих місць в ІТ-галузі (Київ, Харків, Львів, Дніпро і Одеса);

2) посилення підтримки ІТ-ринку з боку уряду;

3) розширення спектру продуктів і послуг в сфері ІТ;

4) формування внутрішньої і міжнародної стратегії, сприятливої законодавчої, соціальної, економічної середовища;

5) забезпечення можливості технологічного доступу населення до інформаційних та комп'ютерних технологій за допомогою об'єднання зусиль державного та приватного секторів економіки;

б) сприяння збільшенню та поширенню кількості послуг, що надаються населенню та бізнесу за допомогою використання інформаційних комп'ютерних технологій.

Таким чином, досягнення стійкої конкурентної позиції на ринку інформаційних технологій забезпечується шляхом реалізації низки заходів, спрямованих на безперервне збільшення рівня конкурентоспроможності підприємств ІТ-галузі. Україна володіє значним потенціалом для підвищення конкурентоспроможності на глобальному ринку інформаційних технологій, оскільки ІТ-сектор є новим напрямом економічного розвитку і має великі перспективи для стабільного зростання.

Список літератури:

1. Винничук Р. О., Складук Т. В. Особливості розвитку ІТ-ринку в Україні : стан та тенденції. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2015. №833. С.3-8.

2. Полякова О.М., Ромащенко О.В. Сучасні тенденції розвитку ІТ-індустрії в Україні і світі. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 64. С. 179-186. URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/viewFile/149951/153814>

3. Результати дослідження PwC: український ІТ-ринок щорічно зростає, але є ризик стагнації. 2017 р. URL: <https://www.imena.ua/blog/pwc-about-it-ua/>

4. The Network Readiness Index 2019, Офіційний сайт Portulans Snstitute URL: <https://networkreadinessindex.org/wp-content/uploads/2020/03/The-Network-Readiness-Index-2019-New-version-March-2020.pdf>

5. Севрук І.М., Рупчева А.О. Конкурентоспроможність України на світовому ринку ІТ послуг умовах глобалізації. Економіка суспільство. 2018. №15. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-15>

НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ КНР ВСУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ

Актуальність поданої тематики полягає у важливості національних інтересів, як важелю економічного розвитку Китаю на внутрішньому та міжнародному ринках.

В китайській мові є два трактування визначення поняття «національні інтереси». Перше тісно пов'язано з загальноприйнятим терміном, тобто - це вимоги, цілі та інтереси, які країна намагається зберегти, захистити, відстояти та забезпечити у стосунках з іншими країнами. Друге визначається як відображення політичних цілей держави або її керівників та спрямоване на інтереси всередині країни [1].

Щодо програмних документів, які розробляються для визначення актуальних цілей та завдань розвитку КНР в глобальному та національному контекстах, - ключовими є «П'ятирічні плани». В цьому році був затверджений вже чотирнадцятий за рахунком такий документ.

Серед головних цілей «14-того П'ятирічного плану» зазначалися такі – збереження основних економічних показників; понад 7% щорічне зростання витрат на дослідження та розробки; збільшення кількості жителів міст до 65% населення; забезпечення рівня безробіття в містах на рівні 5,5%; збільшення тривалості життя громадян; сприяння розвитку зеленої економіки; запровадження нової моделі розвитку, з орієнтацією на внутрішній ринок у синтезі з зовнішнім [2].

До основних напрямків розвитку в ньому відносять наступні: інновації та індустріальна модернізація; реформи економічної системи та ринку; держава та публічний сектор; благополуччя населення, соціальна мобільність та послуги для суспільства; урбанізація, інфраструктура, регіональний розвиток; стабільність; відкритість та міжнародна діяльність; культура й освіта; розвиток АПК та сільської місцевості; національна безпека та оборона; діджиталізація; Гонг-Конг, Макао, Тайвань. Можна додати, що серед головних термінів «14-го П'ятирічного Плану» переважали інновації та безпека, рідше зустрічалися діджиталізація, найменше було вжито індикаторів, пов'язаних з екологією та навколишнім середовищем [3].

Одним з головних національних інтересів Китаю зараз також є відновлення після пандемії Covid-19, тож на початку 2021 року політбюро Китаю представило план економічних дій після скорочення економічного відновлення Китаю в 1-му кварталі на 6,8%. Ключовими компонентами плану були визначені такі:

1. Створення робочих місць - запуск світової фабрики, її експортного двигуна, підприємств роздрібною торгівлі.

2. Забезпечення основних засобів для життя - фінансова підтримка для китайців, які сильно постраждали фінансово від наслідків пандемії.

3. Захист учасників ринку – малі та середні компанії, які забезпечують 80% усіх робочих місць у Китаї, потребують фінансової підтримки від уряду, для функціонування.

4. Стабільність виробничого ланцюжка поставок - різні країни різних регіонах планують локалізувати свій ланцюжок поставок. Китай (а) хоче бути самодостатнім, щоб запобігти несподіваним змінам у постачанні всередині країни, і (б) прагне зберегти відкритість глобальних ланцюжків поставок[4].

Зазначимо щодо стану економіки Китаю. У період з липня до вересня економіка Китаю зросла на 4,9%, що у порівнянні з попереднім роком є повільніше та гірше, ніж прогнозували аналітики, і вказує на сповільнення відновлення[5].

Отже, поняття національних інтересів в китайській мові має два значення, серед методів реалізації національних інтересів головними є п'ятирічні плани та рішення уряду КНР. Серед основних національних інтересів, переважають інновації та індустріальна модернізація, відновлення після пандемії, реформи економічної системи та ринку. Щодо економічного зростання у 2021 році, воно сповільнилося у порівнянні з прогнозованим, тому уряд представив план економічних дій для відновлення, спрямованих на покращення умов життя для своїх громадян.

Список літератури:

1. Грачиков Е.Н. Национальные интересы Китая URL: <https://istina.msu.ru/conferences/presentations/6215034/>.
2. JinJianyu, Chen Xia. China's 5-year plan to lead global recovery. *GlobalTimes*. 2021. URL: <https://www.globaltimes.cn/page/202103/1217749.shtml>. (дата звернення 15.10.2021)
3. Grünberg N., Brussee V. China's 14th Five-Year Plan – strengthening the domestic base to become a superpower. *Mercator Institute for China Studies (MERICS)*. 2021. URL:

<https://merics.org/en/short-analysis/chinas-14th-five-year-plan-strengthening-domestic-base-become-superpower>.

4. The '6 Guarantees' of China's post-corona recovery plan. *The China Agenda*. 2021. URL: <https://www.thechinaagenda.com/china-six-guarantees-economic-recovery-plan/>.

5. Silver K. China's growth slow down suggests recovery is losing steam.: URL: <https://www.bbc.com/news/business-58950551> (дата звернення 03.11.2021)

Цвітковський О.В.

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ДЕТЕРМІНАНТ ГЛОБАЛЬНОГО ЛІДЕРСТВА США

Інновації є невід'ємним елементом для забезпечення успішності будь-якого підприємства. Вони прямим чином впливають на ефективність відтворювального процесу, продуктивність праці, умови праці, налагодженість логістичних процесів тощо. У контексті продукції, що створюється підприємствами, інновації є надважливим фактором для створення доданої вартості в умовах сучасного маркетингу. Фактично що претендують на зовнішню економічну діяльність, зобов'язані або налагоджувати свої виробничі процеси на основі інноваційних систем, або будувати маркетингову діяльність компанії навколо інноваційного характеру продукції.

США – це країна, що історично створювала комфортні умови для компаній, що інвестують у R&D та створюють інновації. На відміну від багатьох інших країн, уряд та державні структури США, у тому числі структури національної безпеки, не намагаються повністю концентрувати певні сфери виробництва виключно в межах державної монополії. Таким чином, у Сполучених Штатах є абсолютно нормальним явищем, коли ФБР або Міністерство оборони США взаємодіють із приватним бізнесом на рівні державних замовлень. Хоча дана практика і періодично піддається критиці з боку населення, тим не менш, вона генерує попит на інновації і значно покращує загальний стан національної безпеки країни. Відсутність чіткої взаємодії між державним і приватним сектором в умовах розвинутого капіталізму не є раціональним рішенням з боку держави. Приватні підприємства в розвинених постіндустріальних країнах у більшості випадків демонструють якісно кращі операційні та фінансові показники. Таким

чином, держава самостійно просто не може себе забезпечити тими ж технологіями і висококваліфікованими кадрами, які створює приватний сектор.

Серед останніх гучних проєктів можна виділити проєктMaven, який формально відомий як AlgorithmicWarfareCross-FunctionalTeam (AWCFT). За словами тодішнього заступника міністра оборони Роберта Ворка він був створений у 2017 р. для «прискорення інтеграції в Міністерство оборони США bigdata і машинного навчання». Maven зосереджується на застосуванні алгоритмів комп'ютерного зору для позначення об'єктів, ідентифікованих на зображеннях або відео, знятих літаками спостереження або розвідувальними супутниками [1].

Хоча Міністерство оборони США і не публікує статистичних даних стосовно ефективності їх систем запобігання тероризму, тим не менш, деякі з випадків отримують розголос у публічному полі. За останні 5 років відомо щонайменше про 13 випадків успішного запобігання тероризму з боку оборонних структур США, при цьому завдяки вдалій ідентифікації загрози у 8 випадках запобігання відбулося ще на стадії планування терористичних актів [2].

На додаток до цього, армія США й до сьогодні вважається найбільш інноваційною армією у світі. Дану інформацію важливо розглядати в контексті того, що питання національної безпеки та ефективної армії дуже часто дослідниками ставиться як найвищий пріоритет, коли мова заходить про ідентифікацію основних детермінантів глобального лідерства країн. І дійсно, дуже розповсюдженою є думка серед політологів, що сильна армія є одним із найважливіших елементів дипломатії. Наприклад, у праці С. Хаттінгтона, у якій використовується поняття потужності країни з визначеними Моргентау основними її критеріями, виділяється і політична потужність, що поєднує в собі стан національної безпеки, армії і дипломатію [3].

Однак, розглядаючи інновації як основу закріплення статусу глобального лідера, слід також наголосити про роль інновацій як елементу ринкового домінування. Приблизно 50% річного зростання ВВП США пояснюється створенням інновацій [4]. Крім того, high-tech-сектор США, який традиційно

пов'язують з інноваціями, за результатами дослідження SelectUSA генерує близько 40% від загального притоку ПІІ в США (рис. 1).

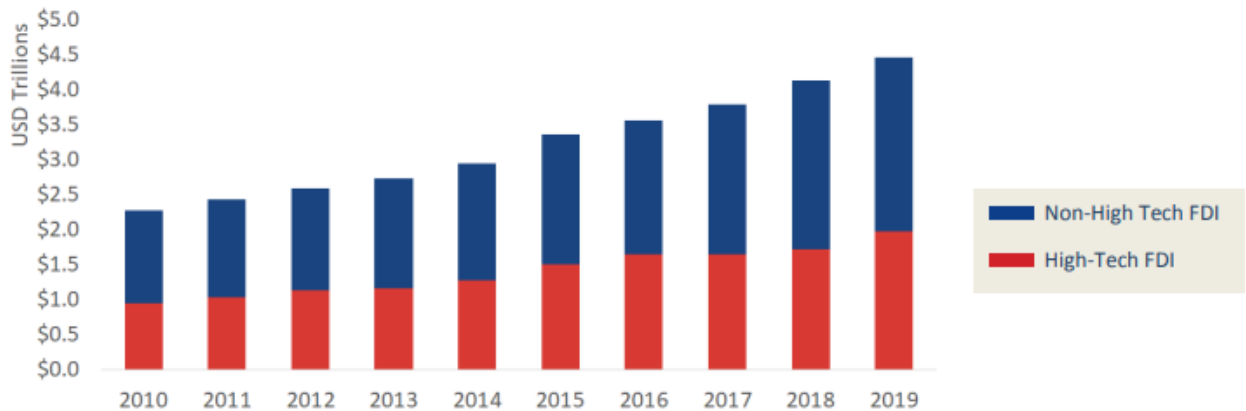


Рис. 1 – Структура притоку ПІІ США у 2010-2019 рр., трлн. дол.

Джерело: Створено автором на основі [5]

Приток ПІІ в країну створює нові робочі місця, прискорює розвиток секторів економіки, створює ВВП тощо. У 2018 р. високотехнологічні компанії створили 8,3 трлн. дол. економічної вартості в Сполучених Штатах, що становило майже 23% країни. Крім того, у високотехнологічних компаніях працювало близько 20 млн. працівників США [6].

На основі двох цих факторів, можна зробити висновок, що досягнення стратегічних цілей США, зокрема політичного контролю та економічного лідерства, здійснюється насамперед завдяки виокремленню інноваційної складової як окремого надважливого фактору досягнення світового лідерства США. Це відображається і в безпосередній залежності армії та національної безпеки США від інновацій, і в залежності головних макроекономічних показників країни від розвитку сектору високих технологій.

Список літератури

1. Chris Cornillie. AI Experts Needed to Lead 'Project Maven' Move Within DOD. Bloomberg Government. 2021. URL: <https://about.bgov.com/news/ai-experts-needed-to-lead-project-maven-move-within-dod/>
2. U.S. Department of Homeland Security. Homeland Threat Assessment. 2020. 26 p. URL: https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/2020_10_06_homeland-threat-assessment.pdf
3. С. Хантінгтон: The Lonely Superpower // Foreign Affairs. Нью-Йорк. 1999. №2. С. 35-49.

4. U.S. Chamber of Commerce Foundation. Executive Summary. 5 p. URL: <https://www.uschamberfoundation.org/enterprisingstates/assets/files/Executive-Summary-OL.pdf>

5. U.S. Department of Commerce. SelectUSA. Foreign Direct Investments (FDI): High-Tech: URL:

<https://www.selectusa.gov/servlet/servlet.FileDownload?file=015t0000000U1eE>

6. Kara Mazachek. FDI in High-Tech: Innovation and Growth in the United States. International Trade Administration. 2020. URL: <https://blog.trade.gov/2020/02/05/fdi-in-high-tech-innovation-and-growth-in-the-united-states/>

Цернюк М.В.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ЯК ФОРМИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Найстаріша форма міжнародних економічних відносин однією з перших зазнала трансформаційних змін. Якщо раніше вона відбувалась переважно між сусідніми державами і у невеликих обсягах, то зараз вона поширилась по всьому світу і суттєво змінила економічну ситуацію у багатьох країнах світу. Сучасна міжнародна торгівля є досить диверсифікованою і багаторівневою. Країни торгують одна з одною різними товарами, причому кожна країна намагаються експортувати ті товари, у виробництві яких вона має і відносні переваги. І це не дивно, адже для того, щоб країна могла успішно здійснювати міжнародну торгівлю своєю продукцією, вона має бути достатньо конкурентоспроможною на світовому ринку. У сучасних умовах міжнародна торгівля стрімко змінює свій формат. Якщо раніше у світі переважала офлайн-торгівля, яка передбачала купівлю споживачами товарів, то з початку ХХІ століття намітилась нова тенденція щодо здійснення торговельної діяльності в онлайн форматі. Остання була зумовлена суттєвим здешевленням технологій (рис. 1).

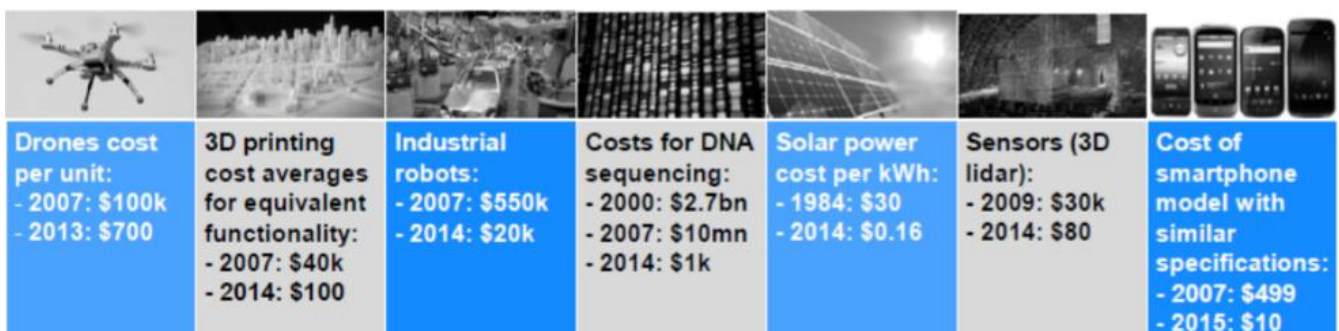


Рис. 1. Падіння вартості технологій [1, с. 12]

Як видно з рис. 1, протягом останніх 10-15 років відбулось істотне зменшення вартості класичних технологій, зокрема сховища даних, потужності обробки, комунікацій, хмарних технологій тощо. Технології стали більш доступними для всіх учасників системи міжнародних економічних відносин, в т.ч. малого бізнеса. Слід відзначити, що ефективність застосування технологій залежить від особливостей реалізації цільової функції суб'єктів господарювання. Позитивним фактором в процесі пришвидшення застосування технологій у бізнес процесах від малих до великих компаній, державних органів тощо стала пандемія COVID-19.

У сфері міжнародної торговельної діяльності нові технології сприяли швидкому переходу до онлайн торгівлі, що, з одного боку, сприяло задоволенню споживчого попиту, а, з іншого боку – збереження дотримання санітарно-епідеміологічних норм з метою збереження здоров'я та життя. Наприклад, протягом 2013-18 рр. у Великій Британії темпи росту онлайн торгівлі становили 54,9%, в той час обсяги офлай 3,7% (рис.2).

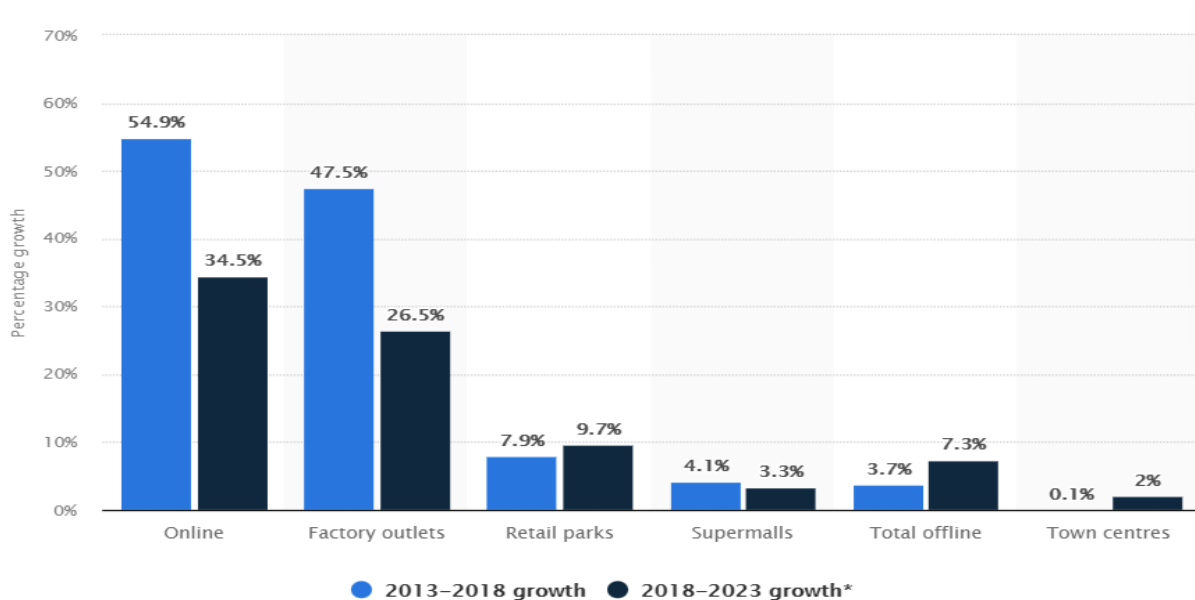


Рис. 2. Темпи зростання роздрібних магазинів онлайн та офлайн у Великій Британії з 2013 по 2023 роки [2]

Слід відзначити, що за прогнозами бізнес платформи Statista, яка займається збором та аналізом бізнес інформації, в 2018-23 рр. офлайн торгівля буде збільшувати свою популярність з 3,7% до 7,3% в порівнянні з онлайн торгівлею

(54,9% до 34,5%), але це пов'язано із зменшенням карантинних обмежень та бажанням людей до спілкування.

Загалом, сучасна міжнародна торгівля стала значно розвиненішою, ніж раніше. Кількість виробників зростає паралельно з торгівельною мережею як реальною, так і за в мережі Інтернет. Таким чином, трансформація способу реалізації міжнародної торгівлі як форми міжнародних економічних відносин підсилює взаємозв'язки між національними економіками, що іще більше породжує взаємозалежність різних країн світу. При цьому слід зазначити, що найбільшу вигоду від міжнародної торгівлі мають ті країни, товари яких мають найкраще співвідношення «ціна-якість» та можуть бути реалізовані за допомогою діджитал-технологій. Інтенсифікація міжнародної торгівлі спричиняє посиленню конкурентних позицій компаній та країн, які включились в процес діджиталізації системи міжнародних економічних відносин.

Список літератури:

1. Стратегія розвитку «Індустрія 4.0». Проект асоціації Підприємств промислової автоматизації України. 2019. 48 с. URL: <http://www.ism.kiev.ua/images/strategy.pdf> (дата звернення 18.11.2021)
2. Growth rate of online and offline retail shopping locations in the United Kingdom (UK) from 2013 to 2023. Statistics. URL: <https://www.statista.com/statistics/982502/online-and-offline-retail-location-growth-uk-united-kingdom/> (дата звернення 18.11.2021)

Чернишова Є.С.

АУТСОРСИНГ В КОРПОРАТИВНИХ СТРАТЕГІЯХ СУЧАСНИХ БАГАТОНАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Аутсорсинг має дуже складну структуру, яка складається з численних видів діяльності та функцій, що породжують серію адміністративно-управлінських дилем. Для допомоги вченим було використано ряд теорій, щоб зрозуміти природу цих операцій та видів діяльності, а також допомогти менеджерам підприємств та організації ефективно обробляти ці процеси.

Найпоширенішим видом аутсорсингу є ІТ-аутсорсинг, тобто аутсорсинг інформаційних технологій, зокрема, робіт зі створення та супроводу продуктів із програмування. Зазвичай, аутсорсинг використовують для оптимізації витрат.

Компанії вдаються до аутсорсингу, оскільки зарплатня програмістів (та в цілому вартість інтелектуальної праці) в країнах з розвинутою економікою є доволі високою, відповідно й утримання ІТ-підрозділів вимагає колосальних витрат. Для того, щоб їх зменшити, доцільно відмовитися від повного штату програмістів і передати якусь частину їхньої роботи (або ж усю відповідну роботу) іншим фірмам. У багатьох випадках компанії, що користуються аутсорсингом передають свої завдання та процеси компаніям, які знаходяться за кордоном (офшорне програмування), що обходиться набагато дешевше за рахунок різної вартості роботи програмістів. Таким чином, на різниці в оплаті праці «всередині» компанії та «зовні» (за межами країни) зародилося «офшорне програмування» як бізнес-напрямок.

Глобальний аутсорсинг – це стратегія, яка використовується компаніями і визначається як правильне поєднання onshore, nearshoreandoffshore ресурсів, що повинно гарантувати оптимальний баланс витрат, зростання, ризику та ефективності. Після того, як компанії почали відрізняти основні процеси від неосновних, неосновні були переміщені в країни з низькими витратами за допомогою двох різних стратегій: розгортання та аутсорсингу. В обох підходах офшорну модель стало неможливо зупинити, оскільки організації, які прагнули заощадити витрати, користувалися перевагами нижчих витрат на інфраструктуру та нижчої заробітної плати, тобто переходили від власних ресурсів до віддаленої офшорної робочої сили. Однак досвід показав, що перед виходом в офшор слід ретельно прорахувати та оцінити різні ризики. Як варіант зниження ризиків моделі offshore, сильні позиції займає інша модель – nearshoring. Nearshoring означає перевезення послуг в іноземну країну з нижчою заробітною платою, яка є відносно близькою за відстанню та часовим поясом. Клієнт очікує отримати вигоду від однієї або кількох з наступних конструкцій близькості: географічні, тимчасові, культурні, мовні, економічні, політичні чи історичні зв'язки[1].

Існує кілька причин, чому компанії передають свої операції на аутсорсинг. Більшість із них (44%) вирішують укласти контракт з ВРО, щоб зменшити та краще контролювати витрати. ВРО пропонує більш конкурентоспроможні ціни.

Нові звіти показують, що, наприклад, у сфері маркетингу аутсорсингові компанії можуть заощадити половину витрат своїх клієнтів. 34% фірм, які вирішують передати свою діяльність на аутсорсинг, приймають рішення через брак кваліфікованих працівників. Корпорації ВРО мають кваліфіковані та досвідчені людські ресурси та ресурси знань для навчання нових співробітників, якщо це необхідно. Завдяки скороченню витрат аутсорсинг також забезпечує гнучкість персоналу. Компанії можуть скорочувати зайнятість і утримувати лише спеціалістів і експертів основної діяльності. Такий підхід дозволяє їм зосередитися на своїх основних компетенціях, покращити їх і зміцнити свої позиції на ринку.

Завдяки технологічному прогресу та простоті дистанційного зв'язку в бізнесі спостерігається тенденція передавати процеси на аутсорсинг у країни, де співвідношення витрат на одного працівника та якості знаходиться за найнижчою ціною. Такий підхід називається офшорним аутсорсингом. Співпраця між ВРО та його клієнтом базується на офіційному контракті. Корпорації підписують контракти з партнерами ВРО і передають свою діяльність та обов'язки, які не мають доданої вартості, в інші місця. Контрактні операції зазвичай розташовані в сусідній країні, і це називається ближнім аутсорсингом. Американські організації зазвичай знаходяться поблизу Канади та Мексики та офшори до Індії, Аргентини та Східної Європи. Європейські компанії переміщують свою діяльність, як правило, до менших європейських країн, які є привабливими за рахунок низької вартості, кваліфікованої робочої сили та менш суворих правових норм. Основні центри аутсорсингу: Болгарія, Польща, Литва, Німеччина та Румунія.

У наш час кількість інформації, яку генерують компанії, стрімко зростає. Щоб бути конкурентоспроможними на ринку, корпораціям необхідно збирати величезні набори даних і ресурси знань (КР) і управляти ними. Надзвичайно важливо визначити ресурси знань, збирати інформацію, зберігати процедури та ділитися ними із зацікавленими сторонами. Слабке управління знаннями може призвести не тільки до зниження конкурентних переваг, але й до операційних проблем та фінансових втрат[2].

Підбиваючи підсумки, та враховуючи проаналізовані категорії, різновиди та сфери застосування аутсорсингу, питання його доцільності стає більш яким та зрозумілим. Адже у сучасному світі, коли швидкість реакції та суцільна ефективність мають бути індикаторами успішного бізнесу, прийняття рішення передати деякі завдання та напрями на аутсорсинг має неабияке підґрунтя. І це стосується не лише оптимізації витрат, а й оптимізації часу та наявності більш глибокої експертизи у компанії, що надає послуги з ВРО (Business Process Outsourcing) при передачі процесів на аутсорсинг. Саме тому компанії, які застосовують аутсорсинг у своїй діяльності мають перспективи бути більш успішними та ефективними.

Список літератури:

1. Kvedaravičienė, Goda, *Economics&Management*. 2008, p. 563-569. 7 p. 2 Charts. Knowledge Resources Development Process In Business Process Outsourcing (BPO) Organizations. Justyna Krysińska, Piotr Janaszkiwicz, Marcin Prys, Przemysław Różewski. Faculty of Computer Science and Information Technology, West Pomeranian University of Technology in Szczecin, Żołnierska 49, 71-210 Szczecin, Poland. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.052>

Шемякін Є.О.

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Метою роботи є дослідження структурних змін на світовому ринку праці та аналіз їх впливу на соціально-економічний розвиток населення.

Актуальність теми. На сьогоднішній день структура світового ринку праці переживає глобальні трансформації, адже положення сучасного світу стрімко змінюється та вимагає швидкого реагування від суспільства та готовність ринків праці підлаштовуватися під нові умови працевлаштування. В умовах глобалізації світовий ринок праці стрімко розвивається, як і ринок робочої сили, що, своєю чергою, впливає на посилення співпраці між країнами світу. Наразі національні ринки відіграють значну роль у формуванні світового ринку праці. Міжнародний поділ праці сприяє розвитку стійких міждержавних зв'язків, що є причиною створення системи, яка формує попит та задовольняє пропозицію робочої сили на ринку праці. Тому актуальним є питання дослідження тенденцій, що складаються

на світовому ринку праці, динамічних та структурних змін, оскільки важливо володіти ситуацією на національних ринках праці задля посилення їх конкурентоспроможності, визначення потреб та ресурсів.

Говорячи про світовий ринок праці, потрібно зазначити що в першу чергу на нього впливає глобалізація, а глобальний аспект ринку праці стосується світу та всього, що сприяє цій мірі. Ринки праці, як правило, географічно обмежені, але розвиток Інтернету призвів до «планетарного ринку праці» в деяких секторах [1].

Світовий ринок праці характеризується такими основними тенденціями: зростання світового безробіття, викликаного кризою та розвитком нових технологій; переважаючий приріст зайнятих у сфері послуг та зменшення у промисловості та сільському господарстві; зростання міграції та «відтік мізків» [2, с. 40].

Актуальною проблемою розвитку світового ринку праці є поляризація країн за рівнем їхнього розвитку. У системі міжнародного розподілу робочої сили спостерігається дисбаланс структурних змін у трансформаційних економіках із вимогами інноваційних змін [3, с. 153]. Тобто суспільства низького рівня розвитку в умовах формування глобального простору та перерозподілу людських ресурсів гальмують якісні прогресивні зміни та змушують міжнародні організації витратити значні зусилля на подолання розривів.

Отже, світовий ринок праці розвивається у двовекторному напрямі: у цілісній орієнтації на цілі сталого та людського розвитку та з розмежуванням із специфічними пріоритетами різних країн та інтеграційних утворень. Глобалізація у сфері праці та зайнятості супроводжується активізацією міграційних процесів [4, с. 28-32].

За останні 2 роки на найбільш значну трансформацію ринку праці за всю його історію вплинула поява вірусу Covid-19 та як наслідок світову пандемію, яка змусила велику частину робочої сили перебазуватись в онлайн режим роботи. Обмежувальні заходи, які вжили уряди для обмеження поширення вірусу, призвели до серйозних змін для компаній. Більшості людей потрібно працювати з дому, можливості пересування та транспортування обмежені, а деяким секторам довелося тимчасово повністю закрити свої офіси. Економічний вплив змусив багато компаній скоротити кількість працівників або їх робочий час [5].

Список літератури:

1. Mark Graham Mohammad Amir Anwar. The global gig economy: Towards a planetary labour market? [Електронний ресурс] / Mark Graham Mohammad Amir Anwar // FirstMonday. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/9913/7748>.
2. Петренко К. В., Пігуль В. В. Особливості формування та розвитку світового ринку праці / Петренко К. В., Пігуль В. В. // Бізнесінформ. – 2015. – №12. – С. 37–42.
3. Осокіна В.В., Руденко Н.В. Вплив глобалізації світової економіки на розвиток національних ринків праці / Осокіна В.В., Руденко Н.В. – №1. – С. 150–153.
4. International Migration Report 2015 Highlights. // United Nations. – 2016. – С. 1–32.
5. Changes in the labour market [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://data.europa.eu/en/impact-studies/covid-19/changes-labour-market>.

Широкоступ А.О.

РОЗВИТОК ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ У КОНТЕКСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ

Розвиток чистої енергетики є життєво важливим для боротьби зі зміною клімату та обмеження її найбільш руйнівних наслідків. 2019 рік став другим найтеплішим роком за всю історію: температура Землі піднялася в середньому на 0,85°C за останнє століття. Тим часом близько 1,1 млрд. жителів (17% населення світу) не мають доступу до електроенергії. Аналогічно, 2,7 млрд. людей (38% населення) використовують звичайну біомасу для приготування їжі, опалення та освітлення у своїх будинках, що представляє серйозний ризик для їх здоров'я [1]. Отже, розвиток відновлюваної енергетики є надзвичайно актуальним для усього світу.

Зростають темпи диверсифікації світового ринку енергоресурсів, і в цих умовах усе більша увага приділяється використанню відновлюваних джерел енергії. Корінні зміни в інфраструктурі світової енергетики головним чином проявилися в п'яти нижчевикладених вимірах:

1. Ціни на нафту через дисбаланс між попитом і пропозицією змінились.
2. Пропорція традиційних викопних енергоресурсів поступово зменшується, а пропорція нетрадиційних енергоресурсів зростає.
3. Структура торгівлі нафтою і газом стала розвиватися в протилежному напрямку, виробництво нафти і газу перемістилося на Захід.

4. У розвитку енергоресурсів зараз відбувається трансформація від високовуглецевого до «зеленого», «чистого», низьковуглецевого. За прогнозами Міжнародного енергетичного агентства, до 2022 року 2/3 приросту світових поставок енергоресурсів становитимуть нові і поновлювані джерела енергії[2].

5. Прискорення зміни структури управління енергетикою [3, с. 76].

Таким чином, диверсифікація світового ринку енергоресурсів відбувається і у напрямку розвитку відновлювальної енергетики. По всьому світу формуються програми розвитку вітрової, сонячної енергетики та біопалива. Лідерами виступають США, Китай і Європейський союз. Так, наприклад, в Європі до 2030 року заплановано збільшити частку відновлюваних джерел енергії до 32%. Офіційно це пояснюється скороченням антропогенного впливу на клімат і скороченням викидів CO₂ в атмосферу.

Відновлювані джерела енергії – це ті джерела, які є стійкими та не можуть зменшитись або зникнути. Термін «альтернативна енергетика» також зазвичай має на увазі відновлювані джерела енергії. Це означає джерела енергії, які є альтернативою найбільш часто використовуваним нестабільним джерелам, таким як вугілля [4]. Загалом до відновлюваних джерел енергії відносяться сонячна енергія, енергія вітру, гідроенергетика, енергія припливів, геотермальна енергетика, енергія біомаси.

Відновлювані джерела енергії є джерелами чистої, невичерпної та все більш конкурентоспроможної енергії. Вони відрізняються від викопного палива, головним чином, своєю різноманітністю, великою кількістю та потенціалом для використання будь-де на планеті, але, перш за все, тим, що вони не виробляють ні парникових газів, які спричиняють зміну клімату, ні забруднюючих викидів. Зростання виробництва чистої енергії неможливо зупинити, як свідчить щорічна статистика Міжнародного енергетичного агентства (МЕА): вони становили майже половину всіх нових потужностей виробництва електроенергії, встановлених у 2014 році, та стали другим за величиною джерелом електроенергії у світі після вугілля[1].

Технології використання поновлюваних джерел енергії, які є одним з найважливіших компонентів низьковуглецевих енергоресурсів, продовжують швидко розвиватися по всьому світу за допомогою субсидій. Завдяки швидкому скороченню витрат і постійній державній підтримці, на поновлювані джерела енергії до 2040 р. припадатиме майже половина від збільшення виробництва електроенергії, в той час як використання біопалива збільшиться майже втричі і складе 4,6 млн. бар на добу, а використання поновлюваних джерел енергії для вироблення тепла виросте більш ніж в два рази [5].

Відновлювані джерела енергії отримали важливу підтримку з боку міжнародної спільноти в рамках Паризької угоди, підписаної на Всесвітньому саміті з питань клімату, що відбувся у французькій столиці в грудні 2015 року. Перехід до енергетичної системи, заснованій на використанні поновлюваних технологій, матиме позитивні економічні наслідки для світової економіки і її розвитку. Основні відновлювані технології, такі як вітрова та сонячна енергія, є найбільш економічно ефективним способом виробництва електроенергії. Економія на масштабі та інновації призводять до того, що відновлювані джерела енергії стають найбільш стійким рішенням для вирішення екологічних та економічних проблем країн світу.

Таким чином, використання відновлюваних джерел енергії – умова зменшення негативного впливу енергетичної галузі на навколишнє середовище, а також забезпечення населення енергією. Тому технології енергетичної інтеграції будуть ставати все більш важливими, особливо зі зростанням частки відновлюваних джерел енергії.

Список літератури:

1. The importance of renewable energy. URL: <https://www.acciona.com/renewable-energy/>.
2. IEA. URL: <https://www.iea.org/> (дата звернення 10.11.2021).
3. Салівоник В. Перспективи розвитку світового енергетичного ринку. *Регіональна економіка*. 2018. № 4. С. 74-79.
4. Types of renewable energy. URL: <https://www.edfenergy.com/for-home/energywise/renewable-energy-sources>.
5. Nuclear Power in the World Today. URL: <https://www.world-nuclear.org/information-library/current-and-future-generation/nuclear-power-in-the-world-today.aspx>.

МІЖНАРОДНИЙ РИНОК СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

У 21 столітті людина почуває себе безпечно? «Так» стверджують ЗМІ та численні публіцисти, мовляв зараз жити набагато безпечніше і комфортніше, ніж 100 років тому назад. Але правда в тому, що загроз життю стало не менше, а можливо й більше, однак жити стало дійсно комфортніше – оскільки наразі у випадку настання лиха можна отримати еквівалентну грошову компенсацію, іншими словами отримати виплату за страховим полісом. Безумовно страхова галузь вимагає більше зусиль для підтримання стійкості, оскільки залежить від стану економіки в два рази більше будь-якої іншої галузі, й тому цікаво провести кон'юнктурний аналіз ринку за останні два роки.

Розглядаючи вплив пандемії Covid-19, індустрія страхування залишилась чи не єдиним гарантом нового дня впродовж карантинних заходів. Саме завдяки заощадженим коштам від цільових фондів, приблизним вирахуванням ймовірності настання подій та потенційної кількості страхувальників, економіки світу досі тягнуться до передкризових умов життя.

Covid-19 призвів до економічного спаду по всьому світу й, у результаті, станом на вересень 2020 року авторитетний страховик Lloyd's of London підтвердив свій прогноз щодо оцінки збитків страхової галузі від пандемії в 107 млрд дол. [3], за даними ж дослідження S&P Global Market Intelligence, чистий прибуток для галузі страхування життя впав на 50,5% у 2020 році до 22,2 млрд доларів з 44,7 млрд доларів у 2019 році [2].

Закриті кордони майже спустошили баланси авіакомпаній й як наслідок - резерви страхових компаній. Крім наслідків обмежень через Covid-19, ринок авіа-страхування тепер тримає резерв у понад 2 млрд доларів через припинення польотів Boeing 737 MAX після двох катастроф в Індонезії та Ефіопії восени 2018 та весною 2019 років відповідно. Обсяг цього резерву можна порівняти з річною перестраховальною премією, яка збирається ринком з усіх авіакомпаній у світі [5].

Карантин очевидно призупинив зростання кількості укладених полісів у страхуванні автомобілів фізичними особами, натомість обсяг договорів серед юридичних осіб залишився незмінним. При цьому, розглядаючи автострахування варто зазначити, що негативно пандемія вплинула на купівлю автомобілів, а отже і на страхування, яке пов'язане з новими автівками. Деякі компанії навіть погодились співпрацювати з клієнтами лінії бізнесу Автострахування без премій на певний час [4].

Обсяг попиту на заключення полісів страхування майна поступився більш важливим фінансовим витратам в умовах скорочення робочих місць – страхуванню життя. Різні страхові компанії по-різному побудували свою політику по відношенню до Covid-19. В одних страховиків є окремі програми по страхуванню від вірусу, а деякі страховики, особливо на початку пандемії, розглядають це захворювання як виняток, що не покривається полісом. Враховуючи кількість захворілих, цілком зрозуміло чому деякі компанії відмовлялись брати на покриття клієнтів, оскільки прибутковість на ринку різко падала. Або у випадку коли клієнт за професією лікар і постійно контактує з людьми, деякі страхові без жодних сумнівів збільшували вартість страхового полісу. Якщо порівнювати обсяги премій зі страхування життя 2020 року з 2019 роком, то можна відзначити, що вони зменшились на 5,3% [2].

Значні покриття збитків отримали клієнти програми страхування від скасованих заходів, як, до прикладу, скасування Олімпійських ігор 2020 у Токіо, що обійшлося страховикам у 250 млн дол.[4]. Зупинка ведення бізнесу теж принесла страховим компаніям багато претензій для виплат за останні два роки [4].

Основним позитивним наслідком Covid-19 є розвиток страхових технологій (InsurTech). Перше, про що варто сказати, це розвиток онлайн-страхування. Попит на онлайн-сервіси зріс, і це в першу чергу пов'язано з прагненням знизити ризики захворіти, відвідуючи офіси страхових компаній. Експерти прогнозують швидке зростання діджиталізації і появу на ринку нових страхових продуктів.

Відповідно до звіту World Insur Tech Report 2020 року, підготовленому компанією Capgemini, пандемія Covid-19 прискорила цифровізацію страхування для задоволення потреб страхувальників [1].

У 2020 році на ринку страхування було зроблено багато пропозицій від найбільших гравців в InsurTechсфері. Оскільки в умовах пандемії страхові компанії знаходяться в дуже вигідному положенні, плани по цифровізації прискорюються через активне зростання і конкуренції з Insurtech-стартапами. Наприклад, Американський InsurTech-стартап зі страхування життя Bestow залучив від інвесторів 70 млрдол. [8].

Якщоаналізувати кількість страхових договорів, не враховуючи обов'язкове страхування, то у 2020 році, порівняно з 2019 роком, вони виросла майже на 45%, що є дуже високим темпом приросту порівняно з минулими роками [2]. Але разом з тим зростають страхові виплати, зменшуються активи і резерви, й ситуація для страховиків більше негативна, ніж позитивна.

Попит на перестраховий захист зріс, що призвело до різкого зростання тарифів. Однак це пов'язано не тільки з пандемією та карантинном. 2020 рік відзначився багатьма катастрофами, глобальні збитки від якихдо кінця 2020 року склали близько 86 млрдол, а в поточній половині 2021 році кількість природних катаклізмів збільшилась на 11%, склавши збитки сумарно в 93 млрд дол [6]. Проте багато збитків ще будуть підраховані в кінці року.

З кожним роком кількість страхових компаній скорочувалась, що говорить про вихід з ринку неефективних гравців. При цьому спостерігається зростання кількості угод, валових страхових премій, виплат, відповідно до цього зростають резерви і активи страхових компаній.

Swiss Re Institute в своєму огляді «Глобальне страхування: великий розворот на схід триває» констатує, що глобальні страхові премії вперше в 2018 році перевищили позначку в 5 трлн. дол, що еквівалентно понад 6 % світового ВВП [7].

Щодо прогнозних бачень стану страхової індустрії, автори дослідження PwC «Insurance Banana Skins», що опубліковано у другій половині 2021 року, передбачають неминучі збитки від кліматичних змін – «пандемії, від якої нема вакцини», та зростання кіберзлочинності у ході надмірної діджиталізації економіки [9]. Окрім цього, враховуючи всеобіймаючу площу можливого ураження та повноту можливих наслідків, наразі важко розрахувати приблизні витрати. Внутрішні операційні ризики у розрізі зазначених проблематик також становлять значну загрозу фінансовій безпеці страхових компаній [9,10]. Адже страхова галузь хоч і є своєрідним лікарем для решти ринків, однак і сама підпадає під загрози.

Однак якщо брати до уваги стійкі результати страхового ринку під час останньої економічної кризи, можна вважати, що репетиція сценарію пройшла успішно й ринок готовий реагувати на зовнішні ризики.

Список літератури:

1. World Insur Tech Report 2020 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://worldinsurtechreport.com/resources/world-insurtech-report-2020/>.
2. Facts + Statistics: Industry over view [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.iii.org/fact-statistic/facts-statistics-industry-overview>.
3. Lloyd'ssticks by \$107bn COVID-19 industrylossestimate [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.reinsurancene.ws/lloyds-sticks-by-107bn-covid-19-industry-loss-estimate/>.
4. Impactof Covid-19 ondataandanalyticsforlifeinsuranceindustry [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.capco.com/Intelligence/Capco-Intelligence/Impact-Of-Covid-19-On-Data-And-Analytics-For-Life-Insurance-Industry>.
5. Локдаун та обмеження на авіаперельоти в 2020 році [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://forinsurer.com/news/21/01/14/39026%20?hl=%CB%EE%EA%E4%E0F3%ED..>
6. 10 природних катастроф, які потрясли світ у 2021 році [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://forbes.kz/stats/10_prirodnih_katastrof_potryassih_mir_v_2021_godu/.
7. SWISS RE – Про світовий ринок страхування в 2018-2019 рр.. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://finbalance.com.ua/news/swiss-re-institute---pro-svitoviy-rinok-strakhuvannya-v-2018-2020-rr>.
8. Прогноз розвитку Insur Tech-сектора` 2020-2025. Аналіз найбільших М & А-угод в страхуванні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://forinsurer.com/news/20/12/30/38970>.
9. В ООН попередили про пандемію, що насувається, від якої немає вакцини [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://forbes.kz/process/resources/v_oon_predupredili_o_nadvigayuscheysya_pandemii_ot_kotoroy_net_vaktsinyi/?utm_source=forbes&utm_medium=incut&utm_campaign=252305.
10. ТОП-5 глобальних ризиків у 2021 році [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://forinsurer.com/news/21/11/09/40556>.

ПЕРЕДУМОВИ ТА СЦЕНАРІЇ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ КНР

Розвиток двосторонніх міжнародних економічних зв'язків України з КНР неможливий без дослідження перспектив розвитку партнерства та передумов співробітництва. Для України КНР є стратегічним партнером і союзником в економічній сфері, специфіка та тенденції розвитку країни як перспективного партнера потребує подальшого вивчення

Проблематика економічних зв'язків України з КНР були в центрі уваги таких дослідників як Л. В. Власенко [1], С. В. Захарін [2], С. Кошовий [3], В. В. Левківський [4], І. Лі [5], С. С. Троян [6] та багато інших.

Сьогодні майбутнє китайської економіки привертає увагу найрізноманітніших груп світової громадськості, мабуть, не меншою мірою, ніж її феноменальне зростання з початку 80-х рр. Цьому є свої причини. По-перше, Китай вже сьогодні займає другий рядок у світовому рейтингу по рівню ВВП і розцінюється в цьому відношенні як реальний конкурент США. По-друге, важливою є перспектива розвитку економіки КНР, так як якщо економіка Китаю так швидко росла в останні десятиліття, то як вона поведе себе надалі. По-третє, значимим є прогноз розвитку ринку дешевої робочої сили, який є ключовою конкурентною перевагою КНР, та як на ньому позначиться стрімка індустріалізація та урбанізація Китаю

Зростання економіки Китаю є безпрецедентним. Протягом 1975-2021 років Китай привертає увагу світової громадськості завдяки небувалому стрибку в соціально-економічному розвитку. Успіх Китаю в плані економічного розвитку часто порівнюють з досягненнями Японії, Південної Кореї і Тайваню другої половини ХХ століття, у яких і була запозичена так звана азіатська модель розвитку. Характерними особливостями даної моделі є: капіталізація підприємств при низькому рівні заробітної плати, орієнтація на експорт продукції і швидка індустріалізація з вливанням колосальних обсягів інвестицій; строгий і постійний контроль з боку держави; державна фінансова підтримка підприємств і дотримання політики індустріалізації з метою розвитку галузей народного господарства.

Існує чимало суперечливих прогнозів щодо подальшого розвитку китайської економіки. Узагальнюючи виявлені сценарії розвитку, що озвучені аналітиками, які описують і оптимістичні (Лі Цзінвень, HaoWei, GoolamBallim, MirandaCarr, К. Г. Муратшіна) і песимістичні (XiaodongZhu, GaryLiu, XuBin, А. Виноградова, В. Головачева, А. Кобзева, О. Ломанова, Ю. Чудодєєва) сценарії розвитку Китаю, сформулюємо чотири гіпотетичних сценарію економічного розвитку Китаю.

1. Різке піднесення. За таким сценарієм, на думку дослідників, відповідав би вихід на друге місце в світі слідом за США за абсолютним обсягом ВВП, перерахованим з юанів в долари за офіційним курсом. Частка Китаю у світовій торгівлі з нинішніх 6% зросла б до 9-10% з одночасним переходом на вищі щаблі в міжнародному поділі праці..

2. Згасання темпів зростання (після 2020 року - до 5-6% на рік, після 2030 року - ще нижче). Сценарій впливає з сьогоднішніх тенденцій розвитку і обіцяє велику передбачуваність і поступливість Китаю на міжнародній арені.

3. Застій - загасання темпів зростання до рівня, забезпечувати тільки задоволення потреб зростаючого населення і стагнацію загального рівня життя. Цей сценарій навряд чи реалізується в найближчі роки, так як Китай має значний інвестиційний заділ. Він можливий, однак, в разі погіршення ситуації в світовій економіці.

4. Зрив. Зрив в економічному розвитку, під яким мається на увазі скочування країни до звуженого відтворення. Цей варіант можливий тільки в разі гіпотетичної спроби силового відновлення суверенітету над Тайванем. Загрозу зриву в результаті зміни суспільного ладу або тотальних внутрішніх заворушень не можна скидати з рахунків хоча б теоретично.

Разом з тим представляється найбільш ймовірною реалізація першого, оптимістичного, сценарію з виходом на лідируючі позиції в економічному розвитку. При цьому сильна ідеологічна платформа, націлена на спільне створення світлого майбутнього за допомогою індустріального альянсу і солідарності.Здатність побудови підприємств світового рівня за допомогою розвитку технологій і інновацій формують собою важливу складову майбутнього економічного успіху Китаю.

Таким чином, при постійному розширенні міжнародного співробітництва та участі Китаю в світовому розподілі праці зросте і вплив фактору посилення економічної конкуренції з різними країнами. Тому економічне зростання буде більшою мірою залежати від розвитку внутрішнього попиту. Продовження курсу реформ і відкритості економіки, розширення безперервних інституційних і технічних інновацій може розглядатися як джерело досягнення соціально-економічної стабільності та створить умови для співробітництва з іншими країнами, в тому числі і з Україною.

Список літератури:

1. Власенко Л. В. Співробітництво Причорноморського економічного району з КНР у контексті інфраструктурного мегарегіонального проекту "Новий Шовковий шлях" [Електронний ресурс] / Л. В. Власенко // Причорноморські економічні студії. - 2017. - Вип. 13(2). - С. 6-10.
2. Захарін С. В. Розширення Китайсько-Українського інвестиційного та інноваційного співробітництва / С. В. Захарін, Лі Інін, Є. В. Смірнов // Екон. вісн. ун-ту/Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди. - 2018. - Вип. 37/1. - С. 281-289. - Бібліогр.: 21 назв. - укр.
3. Кошовий С. Україна й КНР: історичний аспект та візія майбутнього / С. Кошовий // Україна дипломатична. - 2017. - Вип. 18. - С. 621-632.
4. Левківський В. В. Економічний і безпековий вимір інтересів України в співпраці з КНР / В. В. Левківський // Наук. вісн. Полісся. - 2016. - Вип. 4. - С. 168-173.
5. Лі І. Активізація та підвищення ефективності китайсько-українського інвестиційного співробітництва в контексті реалізації ініціативи "Один пояс - Один шлях" / І. Лі, С. В. Захарін, М. В. Волосяк // Бізнес Інформ. - 2018. - № 1. - С. 42-47. - Бібліогр.: 10 назв. - укр.
6. Троян С. С. Сучасні відносини Україна – КНР: проблеми і перспективи / С. С. Троян // Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. - 2018. - Вип. 1. - С. 86-95.

Вєлікова О.Г.

СВІТОВА ПРАКТИКА РЕГУЛЮВАННЯ ОРЕНДНИХ ОПЕРАЦІЙ

Аналіз світового досвіду показує, що в останні роки орендні операції стали невід'ємною частиною стабілізації і розвитку економіки в багатьох країнах. Темпи приросту обсягу оренди в них значно перевищує темпи приросту капіталовкладень у виробництво машин і устаткування. Оренда широко використовується при збуті продукції як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Обмеження об'єктів лізингу, зокрема можливість передачі в оренду

тільки майна, що відноситься до основних фондів, уже не відповідає світовій практиці.

Лізинг обладнання, нерухомості та інших активів був і залишається вагомим джерелом фінансування бізнесу в усіх галузях. Як наслідок, правила фінансової звітності щодо обробки операцій оренди можуть мати важливе значення для фінансової звітності та господарських операцій орендарів і орендодавців.

Сучасний світовий ринок орендних послуг зосереджений у світових економічних центрах: США, Західній Європі і Японії, на частку яких приходиться 93% обсягу орендних угод у світі. [1]

Оренда надає альтернативний спосіб фінансування придбання активів, який є привабливим для тих, хто має обмежений капітал і дохід або хто хоче зберегти свій капітал і грошовий потік для інших цілей. Функція оренди зводиться до мінімуму ризику володіння активами шляхом передачі залишкових прав від власника орендарю на період оренди та дозволу, наданого орендарю, випробувувати активи без зобов'язань щодо повної власності.

Однією з причин, чому лізинг став таким успішним інститутом, є те, що законодавчо необхідні елементи мінімальні. Це дає сторонам велику гнучкість у структуруванні інших аспектів їхніх відносин, використовуючи спеціальні положення про оренду, пристосовані до їхніх індивідуальних потреб та обставин. Ця свобода індивідуалізованої структури оренди є центральною для досягнення економічних функцій, які виконує аренда. Ті, хто зацікавлений у реформуванні законодавства про оренду, повинні знати про численні економічні причини, чому сторони вирішують структурувати свої відносини за допомогою оренди, і повинні подбати про те, щоб будь-які реформи не підірвали численні переваги лізингу, які пояснюють його довговічність і зростаючу популярність.[2]

У багатьох країнах (у тому числі в США) відсутнє спеціальне законодавство, що регулює орендні угоди, а відносини, що випливає з договору оренди, регулюються загальними положеннями цивільного і торгового права, що визначають відносини сторін при передачі майна в тимчасове користування

податковим законодавством, у якому регламентовані амортизаційні і податкові пільги і порядок бухгалтерського обліку. Головну роль у цих країнах грає орендна і судова практика.

Наразі стандарти фінансової звітності в Сполучених Штатах передбачають, що всі операції з оренди обліковуватимуться одним із двох способів залежно від фактів, обставин і певною мірою судження користувачів. Два альтернативні способи, які називаються операційною орендою та капітальною орендою, мають різко різні наслідки для фінансової звітності як орендарів, так і орендодавців. У цих правилах та способі їх застосування є ряд недоліків, які, на думку багатьох, призводять до непослідовної та неповної звітності та представлення лізингової діяльності суб'єкта господарювання. У відповідь Рада зі стандартів фінансового обліку (FASB) та Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (IASB) розпочали спільний проект з оренди для покращення фінансової звітності щодо операцій з оренди.

У деяких країнах, зокрема Франції, Бельгії, Іспанії, існує спеціальне орендне законодавство. У нормативних актах цих країн дається визначення оренди, перелічуються ознаки, наявність яких свідчить про укладення договору фінансової оренди, формуються вимоги, яким повинний відповідати орендодавець, а також співвідношення між терміном оренди і нормативним терміном служби майна, регламентуються відносини між орендарем і орендодавцем.

У Німеччині визначальним при оподаткуванні орендного майна є економічний підхід. У випадках фінансової оренди податки за майно зазвичай платить орендар. Обов'язок орендаря платити податок означає, що тільки орендар як господарський власник може скористатися правом на інвестиції з податковими пільгами.

При юридичному підході, що характерно для Німеччини, Данії, Франції, власник, як правило, враховує майно на своєму балансі, незалежно від виду оренди.

У Франції розрізняють оренду рухомого майна без права викупу і з правом викупу (кредит-оренда) чи фінансову оренду. Угода буде визнаною як кредит-

оренда, якщо устаткування буде куплено орендодавцем у третьої сторони. Виробник устаткування не може здати його в оренду за договором кредит-оренди, тобто не допускається пряма оренда.[3]

Аналіз світового досвіду показує, що в останні роки орендні операції стали невід'ємною частиною стабілізації і розвитку економіки в багатьох країнах. Темпи приросту обсягу оренди в них значно перевищують темпи приросту приватних капіталовкладень у виробництві машин і устаткування. Оренда широко використовується при збуті продукції як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, що формує передумови для розвитку орендних відносин в Україні.

В умовах дефіциту державних бюджетів і недоліку усіх видів інвестицій міждержавна оренда є однією із форм, що сприяє:

- Відновленню основних засобів і модернізації виробництва на основі новітніх технологій;
- Припливу продукції національних виробників на внутрішньому ринку;
- Відновленню і розвитку зв'язків між державами.

Що стосується України, то існуючі обсяги інвестицій на душу населення є майже найменшими у світі. Серед країн СНД нормативна база оренди існує в Україні, Росії, Білорусі, Молдові, Казахстані, Азербайджані й Узбекистані. Найбільш розвинені орендні відносини в Росії, Білорусі і в Україні. Однак багато нормативних положень по тих самих позиціях у них істотно розбігаються. Цілком природно, що при проведенні міжнародної фінансової оренди необхідно врахувати специфічні норми національного законодавства, що мають істотне значення.

Список літератури:

1. Accounting for leases [Електронний ресурс] // bakertilly – URL: <https://www.bakertilly.com/insights/accounting-for-leases>.
2. Thomas W Merrill. The Economics of Leasing / Thomas W Merrill. // Oxford Academic. JournalofLegalAnalysis. – 2020. – №12. – С. 221–272.
3. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ЛІЗИНГОВИХ ВІДНОСИН. // ЗАГАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ. – №24. – С. 44–48.

ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ СУТНОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В АСПЕКТІ БОРГОВИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

У сучасному бізнес-середовищі зовнішні та внутрішні фактори мають високий ступінь невизначеності та руйнівного впливу на фінансову незалежність та економічне зростання компанії. Для підвищення ефективності рішень щодо операцій з борговими цінними паперами керівникам компаній потрібна відповідна обліково-аналітична інформація, що має високий ступінь надійності. Ця інформація може забезпечити належний рівень захисту інтересів самої компанії та стейкхолдерів, які зацікавлені у довгострокових економічних відносинах, і які висувають все більш жорсткі вимоги до достовірності фінансових даних. Тому, щоб забезпечити належну інформаційно-аналітичну підтримку для прийняття управлінських рішень у фінансовій та інвестиційній сферах, доцільним є здійснення внутрішнього аудиту операцій компанії з борговими цінними паперами.

Слід зазначити, що на сьогоднішній день вітчизняні та зарубіжні вчені досить активно досліджують питання внутрішнього аудиту операцій з борговими цінними паперами, проте дане питання все ще залишається досить актуальним. За винятком окремих представників наукового співтовариства, більшість праць вчених зосереджена переважно на внутрішньому аудиті фінансових інвестицій або фінансових вкладень у комплекси.

Так, Н. А. Пономарьова у своєму дослідженні зазначала: «Внутрішній аудит цінних паперів є одним із напрямків діяльності незалежних експертів в діяльності суб'єктів господарювання, метою якого є перевірка та оцінка систем обліку та внутрішнього контролю операцій з цінними паперами, запобігання та виявлення зловживань, а також помилок» [1, с. 11]. Враховуючи, що внутрішній аудит є структурною частиною комплексу внутрішнього контролю, ми вважаємо, що він не може приймати перевірку та оцінку.

Дослідники О. А. Петрик, В. В. Шкіренко запропонували використовувати категорію «внутрішній інвестиційний аудит» і визначили його як аналіз

економічної політики та певні механізми управління, що прийняті керівництвом для підтримки високого рівня та процесу перевірки звітності, а також формування інформаційної підтримки з метою задоволення потреб керівництва в аспекті здійснення інвестиції в стратегічні суб'єкти господарювання, управління інвестиційними ризиками та реалізація очікуваних економічних ефектів» [2, с. 294].

Іншими словами, це система внутрішнього аудиту вектора фінансових інвестицій у комплексі, проте вважаємо, що цей метод втрачає важливу релевантну інформацію, яку менеджери мають враховувати при прийнятті управлінських рішень, проте обмежується можливістю залучення інвестицій за рахунок підвищення контролю та якості фінансової звітності суб'єкта господарювання, та дій керівників структурних підрозділів та філій відповідно до цілей бізнес-стратегії.

На підтримку цього напрямку щодо визначення сутності внутрішнього аудиту науковці Л. Л. Гевліч та А. О. Щербина пояснили природу категорії «внутрішній аудит боргових цінних паперів» виходячи зі завдань, що він (внутрішній аудит) виконує:

по-перше перевірити достовірність обсягів та структури боргових цінних паперів, відображених у бухгалтерському обліку та звітності;

по-друге, перевірка обґрунтованості класифікації боргових цінних паперів на поточні та довгострокові;

по-третє, перевірка правильності бухгалтерської оцінки на дати придбання, утримання, продажу та балансу боргових цінних паперів;

по-четверте, перевірити правильність податкового обліку в операціях з борговими цінними паперами;

по-п'яте, перевірити узгодженість форм звітів, що відображають інформацію про боргові цінні папери [3, с. 895].

Таким чином, внутрішній аудит операцій з власними та невластими борговими цінними паперами слід розглядати як процес професійної діяльності суб'єкта управління, що спрямований на моніторинг дотримання зовнішніх і

внутрішніх нормативних актів, перевірку власної бухгалтерської, фінансової та управлінської звітності та борговіцінні папери, що не належать до власності. Коректність отриманих результатів полягає у запобіганні ризикам та наданні пропозицій щодо вдосконалення реалізації функцій інформаційного забезпечення управління фінансовою та інвестиційною діяльністю підприємства.

Список літератури:

1. Пономарьова Н.А. Внутрішній аудит: сутність та значення у діяльності суб'єктів господарювання/ за ред. Н.А. Пономарьова та ін. Молодий вчений, 2016. № 6. 85–88 с.
2. Петрик О.А. Особливості внутрішнього аудиту інвестиційних проектів / за ред. О.А. Петрик та ін. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2014. № 797. С. 292–299. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2014_797_42
3. Гевлич Л.Л. Організація внутрішнього аудиту фінансових інвестицій вітчизняного підприємства / за ред. Гевлич Л.Л. та ін. Економіка та суспільство: Елект. Наук. Фахове видання. Мукачєво: Мукачєвський державний університет. 2016. Вип.7. С. 893–899.
4. Definition of Internal Auditing. – Available from: <https://na.theiia.org/standards-guidance/mandatoryguidance/pages/definition-of-internal-auditing.aspx>

Грицишина Е.І.

ХАРАКТЕРИСТИКА ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕГАПОЛІСІВ

Мегаполіси стали наслідком прискореного розвитку й урбанізації міст і приміських територій. Людські поселення розвивались з розвитком людського суспільства, будучи точками росту і, відповідно, змінюючись і прогресуючи від поселення до мегаполісу чи агломерації [1].

Економічна географія стверджує, що формуванню мегаполісів сприяє вигідне розташування, концентрація виробництва, розвиток енергетики, транспортної інфраструктури (порти, залізниці, автомагістралі). Теорія конкурентоспроможності додає до цього переліку ще наявність потужної інноваційної складової та висококваліфікованої робочої сили. Необхідно включити ще один важливий фактор, який є наслідком попередніх – високий рівень ділової активності фінансових інституцій та значний розвиток «м'якої бізнес інфраструктури». Також комунальна інфраструктура, яка має опосередкований вплив на рівень конкурентоспроможності, як правило, далеко

виходить за межі окремого міста і часто використовується спільно кількома різними містами і територіальними громадами[2].

Столичний мегаполіс за своєю адміністративною й управлінською структурою та специфікою локалізованої економічної діяльності відбиває результат реалізації конкурентних переваг поліструктурної моделі міського розвитку, унікальних статусних рис організації економічної, транснаціональної і соціальної діяльності; переваг глобальних потоків людських ресурсів, капіталу, ідей та товарів, а також державного сектору зайнятості та послуг.

Столичні мегаполіси, будучи адміністративними і діловими центрами своїх країн, відіграють надважливу роль у формуванні конкурентного бренду держав на глобальних ринках та мають найбільші передумови перетворитись на глобальні (міжрегіональні) центри трансферу технологій, грошових потоків, креативних ідей та високої мобільності сукупної робочої сили [3]. Разом з тим, навіть організаційно реформовані і ефективно функціонуючі столичні мегаполіси як суб'єкти міжнародних конкурентних відносин не здатні відігравати самостійну роль у глобальній економіці і політиці, а їх міжнародна конкурентоспроможність напряму залежать від рівня продуктивності їхнього партнерства і взаємодії з національними державами, міжнародними організаціями й інституціями.

Системними конкурентними перевагами володіють на сьогодні мегаполіси країн-лідерів, які не тільки представлені в усіх існуючих рейтингах конкурентоспроможності міст, але й лідирують практично за усіма субіндексними показниками мегаполісної конкурентоспроможності [4]. Натомість мегаполіси країн з новостворюваними ринками характеризуються фрагментарною конкурентоспроможністю, посідаючи лідерські позиції в обмеженій кількості субіндексних показників, що відбивають специфіку їх галузево-секторальної спеціалізації у глобальній моделі міжнародного поділу праці. Разом з тим умови глобального економічного розвитку відкривають перед мегаполісами країн з новостворюваними ринками широкі можливості підвищення свого міжнародного конкурентного статусу на основі активного підключення до транснаціональних мереж та глобальних ланцюгів доданої

вартості; ефективної комбінації наявних конкурентних переваг щодо якості людського капіталу, масштабів бізнесової та інноваційної діяльності; а також забезпечення сприятливих локалізаційних умов фінансово-господарської діяльності місцевих та зарубіжних компаній [5]. Це суттєво модернізує домінуючу на сьогодні центрально-периферійну модель конкурентоспроможного розвитку мегаполісів, яка у майбутньому зазнає суттєвих коригувань і за усіма об'єктивними показниками трансформуватиметься у поліцентричну модель з формуванням нових мегаполісів – центрів нагромадження глобального капіталу та їх зростаючим впливом на процеси економічного, політичного, фінансового, інноваційно-технологічного та інформаційного глобалізму.

Якщо звернути увагу на конкурентоспроможність Києву, то до числа переваг відносять: якість людського капіталу, який, попри все, залишається в сучасних економічних умовах недооціненим; фізичний капітал, конкурентним підґрунтям чого є необхідність його термінового інвестування та модернізації; стан довкілля, котрий за різними оцінками потребує запровадження цілої низки системних заходів регулювання. Найбільш уразливими для Києва, з-поміж інших європейських столиць є фінансова стабільність; адекватне реагування на глобальні виклики, недостатній рівень іміджевості та розвитку столичного бренду.

Підсумовуючи аналіз українського столичного мегаполісу, ми приходимо до висновку, що для міста надзвичайно важливим є урахування низки так званих м'яких факторів трансформації: доступ до фінансування, рішуча боротьба з корупцією, регулювання податкової системи та трансферу державних субсидій і субвенцій, реструктуризація ринку праці та підвищення ваги креативних професій в місті. Ці фактори також прослідковуються в столичних мегаполісах світу.

Список літератури:

1. Проблемы Современного Мегалополиса [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://works.doklad.ru/view/gD_poLXCкpA.html.
2. Challenges of Mega Cities [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=94987#f2>.
3. СТОЛИЧНІ МЕГАПОЛІСИ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ: РОЗВИТОК І ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.02/2016/Kramarenko.PDF>.

4. ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МЕГАПОЛИСОВ. УРБАНИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: file:///D:/Downloads/semenov_vt_shtompel_ne_formirovanie_ustoichivogo_razvitiia_m.pdf.

5. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕГАПОЛІСІВ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/8536/1/MicroCAD_2012_Linkova_Suchasni_problemy.pdf.

Корабльова Я.С.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТА ТОКІО

Токіо є столицею і префектурою Японії, її політичним та економічним центром, а також резиденцією імператора Японії та національного уряду. Район Великого Токіо - найгустонаселеніший мегаполіс у світі, в якому у 2018 році проживало 37,468 мільйона осіб [1]. Площа міста охоплює 2 188 кв.км. В Токіо розташовані штаб-квартири кількох найбільших світових інвестиційних банків та страхових компаній, а також він є центром японської транспортної, видавничої, електронної та радіомовної галузей.

Токіо є найбільшою міською економікою у світі за валовим внутрішнім продуктом і класифікується як місто Альфа + за версією Globalization and World Cities Research Network. Також Токіо входить у промисловий регіон, що включає міста Йокогама, Кавасаки і Тіба, і є провідним центром бізнесу та фінансів Японії. У 2019 році в ньому взяли участь 36 компаній зі списку Fortune Global 500 [2]. У 2020 році він посів четверте місце в рейтингу глобальних фінансових центрів після Нью-Йорка, Лондона та Шанхаю [3].

Токіо оцінювався Economist Intelligence Unit як найдорожче (з найвищою вартістю життя) місто у світі протягом 14 років поспіль до 2006 року, коли його змінили Осло, а потім і Париж. Токійська фондова біржа є найбільшою в Японії і третьою у світі за ринковою капіталізацією та четвертою за обігом акцій. Також Токіо є одним із засновників Азійської мережі великих міст - 21, а також був одним із засновників Групи лідерів з клімату міст C40.

Варто зауважити, що Токіо пережив у 20 столітті дві великі катастрофи, які вплинули в подальшому на його розвиток: Великий землетрус Канто у 1923 році,

в результаті якого 140 000 людей загинули або зникли безвісти, та Друга світова війна, яка призвела до масових руйнувань більшої частини міста через постійні повітряні нальоти та скорочення населення з 6,7 млн до менше 2,8 млн.

Найбільш проблемними аспектами міста Токіо є недостатня забезпеченість мешканців житлом, соціальною, культурно-дозвільною інфраструктурою та зонами відпочинку. Майже половина жителів Токіо проживає у спальних районах неподалік центру міста, ще третина – у самому центрі. Понад 40% мешканців добираються до роботи поїздом, на другому місці за популярністю – піші прогулянки[4].

Необхідно підкреслити, що стратегічні пріоритети розвитку Токіо формуються з урахуванням поточного рівня розвитку економіки та суспільства, сформованих природних, фінансових та політичних обмежень. При цьому розвиток такого сучасного мегаполісу, як Токіо, не може розглядатися у відриві від глобальних тенденцій. Чотири ключові тренди впливають на розвиток великих міст: урбанізація та демографічні зміни; глобалізація, посилення економічних зв'язків та мобільності населення; технологічний прогрес та структурні зміни в економіці; техногенне навантаження на навколишнє середовище та дефіцит природних ресурсів, що зростає.

Урбанізація створює необхідність подальшого розвитку інфраструктури – житла, об'єктів транспорту, соціального обслуговування, інженерної інфраструктури. На тлі змін демографічної структури сучасних міст, а також способу життя та переваг сучасного городянина перспективи набувають альтернативні ринки нерухомості — житло для студентів, пенсіонерів, високомобільних професіоналів. Старіння населення створює передумови для розвитку медичних послуг і центрів; значні інвестиції із боку країн і роботодавців можуть знадобитися для адаптації міського середовища під потреби старшого покоління. Втім, найбільші мегаполіси є привабливими для навчання та роботи, але далеко не завжди є оптимальним місцем для проживання пенсіонерів.

В умовах глобальної конкуренції за таланти та високої мобільності останніх міста мають бути готові запропонувати якісне орендне житло, так само як і

різноманітну сферу культури та послуг. Завдяки розвитку технологій та через COVID-19 значно змінюється формат зайнятості: часткова та віддалена зайнятість набирають все більшої популярності як серед співробітників, так і серед роботодавців. Вже в середньостроковій перспективі ізольовані офіси можуть стати незатребуваними. Для більш конкурентних локацій може знадобитися реорганізація у бік збільшення площі просторів для зустрічей та переговорів. На постіндустріальній стадії розвитку міста головним чинником, що визначає його добробут, стає рівень розвитку міської інфраструктури.

Розвиток міста є багатовимірним і багатоаспектним процесом, який зазвичай розглядається з погляду сукупності різних соціальних та економічних цілей. Навіть якщо йдеться лише про економічний розвиток, він зазвичай розглядається спільно з розвитком соціальним. Отже, реалізація стратегії розвитку міста Токіо вбачається через призму забезпечення доступності житла, розвитку сфери медичних послуг і центрів для старшого покоління, надійної мобільності на основі громадського транспорту, економічного зростання для всіх, інтенсивного землекористування, стійкого розвитку та збереження навколишнього середовища.

Список літератури:

1. The World's Cities in 2018. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2018). URL: https://www.un.org/en/events/citiesday/assets/pdf/the_worlds_cities_in_2018_data_booklet.pdf
2. "Global 500". Fortune. Retrieved July 25, 2019. URL: <https://fortune.com/fortune500/>
3. The Global Financial Centres Index 28" (PDF). Long Finance. September 2020. Retrieved October 4, 2020. URL: https://www.longfinance.net/media/documents/GFCI_28_Full_Report_2020.09.25_v1.1.pdf
4. Місце для людини. Дослідження рівня та динаміки містобудівного розвитку найбільших мегаполісів світу. URL: <https://www.pwc.ru/publications/city-space/smart-cit-full.pdf>

Синявська В.В.

ОФШОРНІ ЦЕНТРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖНАРОДНОГО ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ

«Офшорна зона» та «офшор» асоціюють з відмиванням грошей, фінансовими пірамідами, шахрайством та криміналом. З іншого боку «офшор» це фінансовий інструмент, який використовується з цілком законною метою —

оптимізації оподаткування, проведення фінансових розрахунків, роботи з цінними паперами, захисту власності тощо і є важливим елементом міжнародної торгівлі.

Офшоризація є актуальною темою сьогодні, адже незважаючи на значну кількість робіт, питання офшорного бізнесу досі не повністю вирішено через свою протиречність, неоднорідність – з одного боку має негативний вплив на економіку країн, з іншого – позитивний для корпорацій, бізнесів, і вимагає комплексного підходу щодо пошуку альтернативних рішень.

Основою дослідження є аналіз теоретичних та методологічних праць закордонних і вітчизняних вчених: Косарева А. Є. Григор'єва Л. М.¹, що вивчали проблему втечі капіталу; Хейфеца Б. А.², що досліджував офшорний бізнес в глобальній економіці і інших; доповідей міжнародних організацій; даних офіційної статистики; робіт професіоналів в області фінансового та податкового планування; видань компаній, що спеціалізуються на наданні офшорних послуг і несуть інформаційний характер.

Мета дослідження - проаналізувати діяльність офшорних центрів під призмою податкового планування бізнесів, корпорацій; виокремити доцільність, переваги й недоліки їх використання для підприємств і національних економік.

Виокремлено головні аспекти з аналізу офшорних центрів та зроблено певні висновки: Міжнародне податкове планування, або термін «міжнародні податкові структури» - їх концепції взаємопов'язані і мають на меті сприяти спрощеній звітності, захисту активів, податкових пільг, конфіденційності, і інших способів збільшення доходів після сплати податків, - набір юридичних інструментів і методів, що включають розробку конкретних структур компаній, направлених на отримання податкових пільг у юрисдикціях з низькими податками та офшорних юрисдикціях. У сучасному світі політику юридичної оптимізації оподаткування дотримуються всі транснаціональні корпорації. Завдяки безподатковій структурі офшор дає можливість ефективно управляти ризиками та оптимізувати грошові потоки. Зареєструвати офшорну компанію досить просто, а витрати на її утримання та ступінь відкритості даних залежать від зони. Також офшорні

компанії можуть керувати рухомим чи нерухомим майном та, отримуючи прибуток, мінімізувати податки. Працює це і з інтелектуальною власністю — офшорна компанія має права на неї, отримує роялті чи інший прибуток, а податки не сплачує чи сплачує небагато.

Приклад податкової гавані - Ірландія, де зручні умови ведення бізнесу, зокрема тому там розташовані штаб-квартири багатьох техногігантів, наприклад, Google[4]. Декілька років тому ЗМІ розповідали, як ця корпорація заощадила на податках майже 20 мільярдів євро за рік, використовуючи дочірні компанії в Ірландії та Нідерландах. GoogleNetherlandsHoldings BV переказала гроші на Бермуди, а потім - на рахунок GoogleIrelandHoldings [2]. Схема полягає у створенні компанії-посередника, що зареєстрована в юрисдикції із вигідними податковими умовами.

Виходячи з статистичних даних щодо заощадження підприємствами на податках, офшори – є доцільним інструментом планування, що має низку, вище перелічених, переваг, але у відношенні національних економік, такий шлях оптимізації оподаткування завдає значних втрат країнам. Держави у свою чергу, запобігаючи незаконні дії, що пов'язані з офшорами, почали тиснути на класичні юрисдикції, вимагаючи забезпечувати більшу прозорість - у результаті багато офшорів погодилися розкривати інформацію про кінцеві бенефіціари, обмінюватися інформацією з податковими органами інших країн. Окрім цього, у багатьох країнах для фінансових установ (не лише банків) запровадили таку норму, як «knowyourcustomer» (KYC) — «знай свого клієнта», яка передбачає заборону обслуговувати анонімні рахунки [1].

За даними BBCNews 136 країн погодилися запровадити корпоративну податкову ставку не нижче 15% для міжнародних корпорацій з 2023 року. І, як наслідок, за розрахунками Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) - нововведення дозволить стягувати \$150 млрд нових податків по всьому світі на рік, що призведе до перерозподілу понад \$125 млрд доходів найбільших та прибуткових міжнародних компаній. Вони сплачуватимуть справедливу частку податків скрізь, де вони ведуть бізнес та одержують прибуток. Ірландія оголосила

про підвищення податку на прибуток для транснаціональних корпорацій, що стосуватиметься Google, Apple і Facebook[3].

Офшорні механізми сьогодні стали одними із найпоширеніших корпоративних інструментів. Використання податкового планування з офшорними схемами дозволяють значно зменшити податковий навантаження на корпорації та залучити ці кошти для подальшого розвитку. Проаналізувавши майбутні можливі зміни, щодо підвищення відсоткової ставки, такі нововведення призведуть до значних фінансових втрат багато корпорацій, бізнесів, заможних підприємців, але у свою чергу, значно зменшать фінансові втрати держав. Виходячи з даного дослідження, необхідним є вдосконалити систему відстежування руху грошей, для того, щоб виокремлювати шахрайство та кримінал від законних дій: оптимізації оподаткування, роботи з цінними паперами, захисту власності та інших легальних видів діяльності.

Список літератури:

1. Знай свого клієнта. URL:
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BD%D0%B0%D0%B9_%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BA%D0%BB%D1%96%D1%94%D0%BD%D1%82%D0%B0
2. Google увел от налогообложения почти €20 млрд. URL:
<https://www.rbc.ru/economics/04/01/2019/5c2e7ca89a794717e1f929d9>
3. Nations agree to 15% minimum corporate tax rate. URL:
<https://www.bbc.com/news/business-58847328>
4. Сравнительная таблица офшорных и оншорных зон. URL:
<https://gsl.org/ru/offshore/offshore-zones/compare/>

Мельник Ф.Р.

НОВІТНІЙ ПІДХІД У ТЕОРІЇ ОФШОРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Актуалізація та активізація інтересу до феномену офшоризації в економічній науці у XXI столітті зумовлена, насамперед, світовою фінансовою кризою 2008 р. та низкою гучних викриттів про офшорну діяльність транснаціональних корпорацій, фінансових організацій, колишніх та діючих політичних та державних діячів, представників світової фінансової діяльності. Найбільш відомі з них "Offshore Leaks" це звіт, в якому у квітні 2013 року було розкрито

подробиці про 130 000 офшорних рахунків. Деякі спостерігачі назвали це найбільшим ударом по міжнародному податковому шахрайству за весь час, хоча було зазначено, що звичайні підприємства можуть використовувати офшорне законодавство для полегшення формальностей у міжнародній торгівлі [1], "Панамагейт" (2016 р.) - неформальна назва витоку конфіденційних документів панамської юридичної компанії Mossack Fonseca. У документах у яких згадується безліч нинішніх і колишніх світових лідерів (у матеріалах згадується, зокрема, 12 чинних і колишніх глав держав), високопосадовців та відомих людей, розкрито наявність їхньої прихованої власності та пов'язаних із цим конфліктів інтересів [2], "Райське дос'є" ("Paradise Papers", 2017 р.) - масив матеріалів щодо діяльності офшорних компаній, зареєстрованих в «екзотичних» офшорних зонах, які були оприлюднені на початку листопада 2017 року за результатами розслідування, організованого газетою Süddeutsche Zeitung [3, 4]. Газета, яка отримала масив даних від анонімного джерела, передала його на вивчення Міжнародному консорціуму журналістів-розслідувачів (ICIJ) та Центру розслідування корупції та організованої злочинності OCCRP. Архів Пандори ("Pandora Papers", 2021 р.) [5] 11,9 мільйона документів (включно з 2,9 терабайтами даних), зібраних Міжнародним консорціумом журналістів-розслідувачів (ICIJ). На їхню думку, цей витік документів є найбільшим в історії. Оприлюднені матеріали, а це десятки мільйонів різноманітних конфіденційних фінансових документів, потребують окремого детального аналізу. Офшорна «павутина» охопила тією чи іншою мірою всю глобальну економіку.

Серед вчених-економістів можна виділити роботи Д. Робінсона [6], М. Соболева [7], Н. Шексона [8], Л. Астаф'єва [9]. У працях зазначених авторів розглянуто окремі аспекти функціонування офшорної економіки, як правило, у правовому контексті. Це явище не досліджувалося з позиції економічної теорії, тому відсутнє цілісне політекономічне обґрунтування його сутності..

Стереотипні, традиційні уявлення про офшори не відповідають дійсності, явище офшоризації зазнало певних змістових змін, тому можливо стверджувати про його перехід у новий якісний стан. Слід зазначити, що склалася

парадоксальна ситуація, незважаючи на популярність офшорної тематики, різноманітних досліджень про дестабілізуючу роль офшоризації, масштаби та вплив офшорів на світову економіку, належного та адекватного відображення в економічній теорії ця проблема не отримала. Фактично має місце невідповідність між розвитком явища «офшоризація» та його теоретичним осмисленням. У межах підходів, що вже склалися, теоретично пояснити явище офшоризації практично неможливо. Тому необхідні нові інноваційні рішення загальнотеоретичного характеру, що дозволяють обґрунтувати, визначити та оцінити місце та роль офшорів у сучасній глобальній економіці; їх вплив на формування протиріч національних та глобальних інтересів.

Офшоризація економіки є складне багатогранне явище, сприйняття і ставлення якого склалося далеко неоднозначне й у багатьох аспектах досить суперечливе. Але слід констатувати, що офшорна практика, яка набула широкого поширення, стала одним із найпомітніших явищ сучасної світової економіки. Доступної офіційної статистики її обсягів немає. Але численні експертні оцінки свідчать, що офшоризація стала сучасним трендом розвитку в умовах глобалізації. Нижче наведені дані дають підстави стверджувати, що спостерігається своєрідна «офшорна революція». У доповіді "Стан податкової справедливості 2021" (The State of Tax Justice 2021) [11], опублікованій Мережею податкової справедливості, Глобальним альянсом за податкову справедливість та глобальною федерацією профспілок Public Services International, повідомляється, що з 483 мільярдів доларів податків, які країни втрачають на рік, 312 мільярдів доларів втрачається через транс корпоративні податкові зловживання транснаціональних корпорацій та 171 млрд. доларів втрачається через ухилення від сплати податків успішними людьми.

Наведені дані, незважаючи на їхній оціночний характер, наочно свідчать про те, що офшоризація стала потужною і невід'ємною складовою глобальної економіки. З точкового елемента зовнішньоекономічних відносин офшорна економіка перетворилася на світову мережеву систему світогосподарських зв'язків, що функціонує поза загальноприйнятими правилами, нормами та

процедурами. Бурхливий, навіть вибуховий розвиток економічних відносин, пов'язаних з офшорною діяльністю, пояснюється низкою взаємопов'язаних причин: по-перше, лібералізація зовнішньоекономічних відносин і насамперед у валютно-фінансовій сфері; по-друге, домінування фінансового капіталу економічної діяльності; по-третє, розвал соціалістичної системи та перехід пострадянської економіки на ринкові засади. Зокрема, перехід до ринкових відносин здійснювався з допомогою активного використання офшорів, особливо у проведенні приватизації.

Список літератури:

1. Offshore leaks database [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://offshoreleaks.icij.org/>.
2. Panama Papers case [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/Panama_Papers_case.
3. Paradise Papers: Secrets of the Global Elite [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.icij.org/investigations/paradise-papers/>.
4. Süddeutsche Zeitung: Paradise Papers [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.sueddeutsche.de/thema/Paradise_Papers/.
5. Pandora Papers [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.icij.org/investigations/pandora-papers/>.
6. Робінсон, Д. Всесвітня пральня. Терор, злочини та брудні гроші в офшорному світі. - Альпіна Бізнес Букс, 2004. – 107 с..
7. Соболев, М.Ю. Виводимо бізнес за кордон. Як вибрати юрисдикцію. – 2010. – № 11. – С. 18 – 23.
8. Шексон Н. Люди, що обікрали світ. Правда і вигадка про сучасні офшорні зони., 2012. – 610 с.
9. Астаф'єв, Л.А. Обґрунтованість податкової вигоди при використанні офшорних компаній: підходи, що склалися. – 2011. – № 11. – С. 46-53.
10. Losses to OECD tax havens could vaccinate global population three times over, study reveals [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://taxjustice.net/2021/11/16/losses-to-oecd-tax-havens-could-vaccinate-global-population-three-times-over-study-reveals/>.
11. Losses to OECD tax havens could vaccinate global population three times over, study reveals [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://taxjustice.net/2021/11/16/losses-to-oecd-tax-havens-could-vaccinate-global-population-three-times-over-study-reveals/>.

Бублик М.А.

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК СТОЛИЧНИХ МЕГАПОЛІСІВ

Глобалізація почалася в 1500 році і з тих пір прогресує. Різні міста пройшли «хвилі та цикли» глобалізації відповідно до свого політичного, промислового та соціального розвитку. Міста зазвичай йдуть чотирма шляхами до глобалізації [1]:

1. «Багатоциклові торгові міста з давнім історичним корінням»

Спочатку спеціалізація та зростаючий діловий темперамент спонукали міста до зовнішньої торгівлі. По-друге, політична автономія та поява професіоналів у сфері торгівлі дали можливість довгострокового планування та підтримки основних цінностей. На третьому етапі міста накопичили достатньо талантів, навичок, освітніх можливостей і різноманітності, щоб процвітати, незалежно від того, чого вимагає мінлива економіка [2].

2. «Вершники хвилі можливостей 20-го століття»

Непередбачувані події, такі як політичні потрясіння в містах-конкурентах або нові ринки, що відкриваються на порозі, додали Мюнхен, Сінгапур і Торонто до кандидатів на глобальне вільне володіння. Вони розширили свої торговельні мережі та отримали вигоду від зміни населення та зміни законодавства. Їхні уряди стали каталізатором глобальних дій[3].

3. «Знання ведуть шлях у нову цифрову еру»

Такі міста, як Бангалор, Тель-Авів і Нанкін, зросли завдяки обізнаному персоналу та підтримці уряду. Іммігранти з високотехнологічними знаннями створили власні компанії, привернули увагу інших підприємців-однодумців і разом створили невеликі мережі [4]. В інших випадках уряди просто визначали певні міста центрами глобального підприємництва. Ці столичні центри стали активними на міжнародному рівні, привернули подальшу увагу та підтримку держави, розробили норми міжнародної торгівлі.

4. «Використання привабливості в епоху мобільних талантів»

«Містам призначення», як-от Барселона, Сідней і Кейптаун, бракує торговельної історії, спеціалізацій чи державних партнерств. Їх поява пов'язана з їх характерами, кліматом і способом життя. Їхні колишні обставини колись зробили їх не в змозі створити міжнародну присутність. Коли такі бар'єри впали, чиновники та підприємства цих міст продали свої культурні та географічні надбання вдома та за кордоном. Другим етапом їхнього розвитку були освіта, вдосконалення інфраструктури та проведення світових подій.

На нашу думку, найбільш доцільним шляхом до глобалізації у випадку Києва є спосіб «Знання ведуть шлях у нову цифрову еру». Українська столиця вже додала до своєї стратегії смарт-спеціалізацію [5]. Зробивши акцент на спеціалізації міста в цій сфері з великою доданою вартістю, Київ може залучити велику кількість внутрішніх та зовнішніх інвестицій.

Список літератури:

1. The 10 Traits of Globally Fluent Metro Areas - Greg Clark and Tim Moonen, Brookings Institution Press, 2013
2. A Century of Cities Urban Economic Change Since 1911 Paul Swinney and Elli Thomas Centre for Cities, 2015
3. Brenner, N. (2015). Globalization as reterritorialization: The re-scaling of urban governance in the European Union. *Urban Studies*, 36(3), 431-451.
4. Healey, P., Khakee, K., Motte, A., & Needham, B. (Eds.). (2018). *Making strategic spatial plans: Innovation in Europe*.
5. Рішення №498/8071 Київської міської ради «Про схвалення основних напрямків смарт-спеціалізації міста Києва» від 19.12.2019

Глоба І.В.

ІНСТРУМЕНТИ ХЕДЖУВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИЗИКУ

На сьогодні існує багато факторів, які сильно впливають на економіку України. Прикладом таких факторів є COVID, війна на сході, економічна криза. Найбільший вплив цих факторів на собі відчують учасники зовнішньоекономічних відносин. Від стабільності економіки України та світу залежать коливання курсу гривні, які завдають великих збитків для компаній, що тісно прив'язані до експорту та імпорту, або ж ведуть бізнес у іноземній валюті. Тому актуальним завданням стає розрахунок та прогнозування валютних ризиків з метою оцінки впливу на них.

Хеджування — застосування одного чи декількох інструментів хеджування з метою повної чи часткової компенсації змін справедливої вартості об'єкта хеджування або пов'язаного з ним грошового потоку [1]. Хеджування валютного ризику відбувається за допомогою фінансових інструментів. Фінансові інструменти являють собою контракт, результатом якого є поява певної статті у активах однієї сторони контракту і статті в пасивах іншої сторони. До фінансових

інструментів відносять контракти, цінні папери та їх гібридні й синтетичні комбінації.

Однією з кращих класифікацій інструментів хеджування описав І.М. Колосов. Автор розділив наведені вище інструменти хеджування на дві категорії: біржеві та позабіржеві. До біржевих деривативів він відніс ф'ючерси та опціони, а до позабіржевих – форварди та товарні свопи [2, ст. 69]. Серед інших дана класифікація виділяється тим, що ці інструменти розповсюджені в Україні та визнаються фіскальною службою до групи хеджерських та спекулятивних контрактів/угод з метою визначення сукупного фінансового результату юридичної особи.

Форвард – це угода, за якою продавець поставляє конкретний актив покупцеві на обумовлену дату у майбутньому. На момент укладання угоди погоджується ціна на товар або фінансовий інструмент, якого ще може не бути у продавця, розрахунок проводиться на момент поставки активу. Сторони домовляються про строки поставки, обсяги, беручи за основу щодо якісних характеристик біржовий стандарт [3, ст.137].

Ф'ючерсний контракт – це біржовий контракт-зобов'язання, в якому детально описано товар (валюту, цінні папери, інші фінансові інструменти, сировину) за встановленими стандартними параметрами. Оскільки продаються самі контракти на поставку або прийом товару, цей процес відбувається без демонстрації і, що особливо важливо, без поставки вказаного товару. Як правило, більшість контрактів закінчуються укладанням зворотної (офсетної) угоди. Ф'ючерсні контракти на купівлю відміняються новими контрактами на продаж, і навпаки. Різниця цін на одиницю ваги, обсягу контракту на момент відміни сплачується грішми [3, ст.164-165].

На біржі існує два дуже схожих контракти – ф'ючерсний та опціон. Головна відмінність між ними те, що перший – зобов'язання обох сторін на поставку та оплату, а другий – зобов'язання однієї сторони та право іншої. Опціон – це право купити або продати визначену цінність (товар, цінний папір, ф'ючерсний

контракт) на особливих умовах – в обмін на виплату винагороди – премії (premium).

Ще одним інструментом хеджування є своп-контракти. Свопи – «наймолодший» фінансовий інструмент серед представлених вище. В теорії міжнародних фінансів існує декілька значень свопів:

- 1) купівля валюти за спотовим контрактом і одночасний продаж за форвардним;
- 2) одночасне надання кредитів у двох валютах;
- 3) обмін зобов'язаннями, виражених в одній валюті на зобов'язання, виражених в іншій.

В багатьох публікаціях зарубіжних науковців та нормативних документах міжнародних бірж свопом вважають угоду між двома чи більше сторонами щодо обміну грошовими потоками впродовж певного періоду часу в майбутньому. Основними мотивами своп-контрактів виступають: комерційні потреби та порівняльні переваги в отриманні кредитів у тій чи іншій валюті.

Хеджування – це лише процедура, яка дозволяє убезпечити ризики компанії та мінімізувати їх чи взагалі ліквідувати. Кількість інструментів хеджування та їх видів на сьогодні дуже велика. Проте обирати необхідний інструмент необхідно з точки зору стратегії компанії та залежно від виду діяльності підприємства. Та перш ніж використовувати дані інструменти, необхідно досконально вивчити їх та оцінити ефекти впливу на подальшу діяльність підприємства.

Тож можна дійти висновку, що хеджування, в світовій практиці зарубіжних країн, стало досить невід'ємною частиною ведення господарської діяльності великих компаній. З світового досвіду достовірно сказати, що найкращим методом хеджування є використання фінансового інструментарію похідних цінних паперів. Хеджування валютного ризику дає додаткові переваги, до яких належать: змога не витягувати з обороту компаній значні кошти; можливість зберегти курс за несприятливої кон'юнктури ринку, що допоможе зберегти свої кошти.

Список літератури:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 /Мінфін України від 20.10.1999 р. № 246» – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100009270-rbo-13-finansovi-instrumenti>.
2. Колосов И.М. Инновации в сфере валютного хеджирования на промышленных предприятиях // Финансы и кредит. 1999. №13.
3. Сохацька О.М. Фінансовий інжиніринг: Навчальний посібник / За ред. О.М. Сохацької. – К.: Кондор, 2011. – 660 с.

Малічевська Л. В.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ КОМПАНІЇ ТА ПІДХОДИ ДО ЇЇ ОЦІНКИ

Інвестиції є рушійною силою економіки будь-якої країни, оскільки дозволяють розширювати виробництво, впроваджувати нові технології, збільшити внутрішній валовий дохід, що у свою чергу сприяє економічному зростанню країни. Закон України «Про інвестиційну діяльність» визначає інвестиції як всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) та/або досягається соціальний та екологічний ефект [1].

Науковці Л. Гітман та М. Джонком описують інвестиції як спосіб розміщення капіталу, який повинен забезпечити заощадження або зростання капіталу [2]. У свою чергу Вільям Шарп визначає інвестиції як вкладення грошових коштів сьогодні, щоб отримати більшу їх суму у майбутньому [3].

Сьогодні притік інвестицій в економіку України незначний у порівнянні з економіками розвинених країн. Це спричинено низкою факторів, таких як недосконале державне регулювання, недостатньо розвинена інфраструктура та відсутність достовірної інформації про підприємства, як об'єкт інвестування.

Тому визначення інвестиційна привабливість компанії є одним із інструментів залучення інвестицій.

Інвестиційна привабливість – це комплекс різноманітних факторів, перелік яких і вага яких може змінюватись в залежності від цілей інвесторів, виробничо-технічних особливостей об'єкта інвестування, його економічного розвитку у минулому, на теперішній час, а також очікуваного у майбутньому [4].

Виділяють такі основні підходи оцінювання інвестиційної привабливості компанії [5]:

- ринковий підхід. В його основі лежить оцінка акцій компанії та стану компанії на фондовому ринку. Основним недоліком цього підходу є можливість його застосування тільки для акціонерних компаній, акції яких котируються на фондовій біржі. Це обмежує сферу його застосування особливо для українських компаній, де ринок цінних паперів погано розвинений;

- вартісний підхід базується на оцінці вартості компанії та темпів її зростання у майбутньому. В межах цього підходу виділяють три підходи до оцінки вартості та безліч методик. Вибір методики та підходу залежить від мотивації інвестора, його стратегії та часового горизонту для оцінки;

- комплексний підхід передбачає використання не лише кількісних, але й якісних нефінансових показників. Незважаючи на те, що комплексний підхід дає найбільш повну оцінку компанії, він зосереджений на оцінці поточного стану компанії та не дає можливості оцінити перспективи у довгостроковому періоді;

- інтегральний підхід передбачає оцінку інвестиційної привабливості компанії на основі максимізації оцінок різних аналітичних показників діяльності за якими проводять відповідні розрахунки та, як результат, отримують інтегральний показник. Застосування даного підходу дозволяє отримати різносторонню оцінку фінансового стану об'єкта інвестування за допомогою розрахунку відносно незначної кількості показників. Проте дана оцінка характеризує лише поточний стан компанії та не містить конкретності та чіткості для її практичного застосування і не всі отримані показники можуть бути необхідними для інвесторів;

- підхід на базі фінансових показників компанії. Даний підхід дозволяє зробити оцінку стану на основі фінансових показників. В той час як для інвесторів набагато важливішим є майбутні результати від яких залежить можливий дохід. Крім того, не завжди привабливі фінансові результати в поточному періоді забезпечують прибутковість у майбутньому.

Кожен з цих підходів має свої переваги та недоліки. Наприклад застосування підходу на базі фінансових показників та вартісного підходу дасть змогу уникнути суб'єктивних суджень експертів, отримати характеристику фінансового стану компанії у поточному періоді та спрогнозувати її майбутні перспективи.

Таким чином, для отримання коректних результатів оцінки інвестиційної привабливості, варто підходити комплексно та оцінювати об'єкт з застосуванням різних підходів. Адже кожен підхід зазвичай характеризує лише певну складову діяльності. А застосування декількох підходів дозволить досягти синергетичного ефекту та глибше і чіткіше зрозуміти ситуацію у різних періодах: минулому, теперішньому та майбутньому.

Список літератури:

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 № 1560–XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12/page>
2. Гитман Л. Основы инвестирования / Л. Гитман, М. Джонк ; [пер. с англ.]. – М., 1999.
3. Шарп У. Инвестиции [Текст] / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бейли. – М.: Инфра-М, 2001. - 1028 с.
4. Маслак О. І., Таловер В. А. Комплексна оцінка інвестиційної привабливості країни. Економічний форум. 2016. - № 3. - С. 51-59.
5. Мархайчук М. М. Аналіз методик оцінювання інвестиційної привабливості в контексті інноваційного розвитку підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. - № 4. - С. 333-335. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmi2012_4_330_336%20.pdf.

Надоліна А.В.

КОНКУРЕНТНА ДИСПОЗИЦІЯ ТНК У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Поняття ТНК слід розуміти як комерційну структуру міжнародного чи глобального значення, яка має основні потрібні категорії у великих масштабах, крім інтеграції сировини та ресурсів у виробничий процес. базу і має єдиний центр корпоративного управління. Іншими словами, це компанія, яка може контролювати розвиток, виробництво та реалізацію товарів та послуг на міжнародному чи глобальному рівні, одночасно здобуваючи величезну економічну та політичну силу. Водночас головною нав'язливою характеристикою транснаціональної компанії є набуття та використання конкурентних переваг, отриманих у результаті глобального характеру фінансово-економічних операцій.

Аналіз тенденцій – це різновид горизонтального аналізу. Процес аналізу тенденцій порівнює кожен еталонний елемент з кількома попередніми періодами, щоб визначити основні тенденції в динаміці тенденцій, тобто показники (шляхом екстраполяції), на які не впливають індивідуальні характеристики окремих періодів.

Сучасні системи корпоративного нагляду є традиційними з точки зору ліквідності, платоспроможності, операційного прибутку (ЕВІТ), структури капіталу та адекватності, ЕВІТДА, прибутку на акцію, рентабельності, фінансового важеля, прибутковості, продажів та обсягу. У ньому переважають показники та дивідендні відносини, грошові потоки від операційної та фінансової діяльності, адекватність чистих грошових потоків, ефективність власного капіталу, прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування тощо. Його систематичне застосування не тільки виявляє кризові явища у діяльності ТНК, а й визначає "інтереси" у торгівлі, інвестиціях, виробництві, їх кредитно - фінансовій діяльності, а також своєчасну інформацію. Для конкурентоспроможного розвитку бізнесу. стратегії.

Підводячи підсумок, ми виявляємо, що головною конкурентною перевагою аналізу коефіцієнтів є те, що, з одного боку, розрахунок фінансових коефіцієнтів є простим, а з іншого боку, він гарантує найкращий вибір систем співвідношень, пов'язаних з. Ресурси для оцінки розвитку фінансово - господарської діяльності, фінансування та здатності користувачів фінансової звітності у кожній категорії ТНК протистояти наслідкам фінансової нестабільності. Варто також зазначити, що немає показників, які б давали вагомі підстави для визначення фінансового становища чи діяльності компанії. Тільки аналізуючи групу фінансових показників, можна прийти до логічного завершення.

Список літератури:

1. Резнікова Н.В. Перспективи участі України в глобальних ланцюгах створення вартості як засіб підвищення конкурентоспроможності в умовах транснаціоналізації виробничих відносин. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 16. С. 22-26.
2. Резнікова Н.В. Порівняльна та конкурентна переваги в міжнародному бізнесі: теоретико-методологічні підходи до пошуку їхнього синтезу. *Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки»: збірник наукових праць*. 2016. №8. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/351
3. Рокоча В. Транснаціональні корпорації :навч. посіб.: Таксон. 2001. 304 с.

ERP-СИСТЕМИ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА СТАН В УКРАЇНІ

Сьогодні все більше підприємств запроваджують новітні ERP-системи (Enterprise Resource Planning) оскільки ці технології фактично стали світовими стандартами ведення бізнесу і фактором конкурентоспроможності. ERP-системи – це інформаційні системи планування та керування усіма ресурсами підприємства, які необхідні для здійснення продажів, виробництва, закупок і обліку. Ці системи об'єднують у собі функції обліку, управління, контролю й аналізу одночасно і реалізують найкращі світові практики ведення бізнесу [1].

Типові ERP-системи є платформою з базою даних про транзакції підприємства, до якої надбудовують різні функціональні модулі: Фінанси, Управління кадрами і зарплата, Маркетинг і продажі, Закупівлі, Управління ланцюжками поставок, Виробництво, Управління складом, Управління проектами тощо [2]. Підприємство може придбати лише модулі, що відповідають його бізнес-моделі, діяльності та ключовим потребам, а потім додавати нові модулі ERP у міру розвитку.

Популярність цього типу програмного забезпечення обумовлена перевагами, яке воно надає бізнесу. Найвагомішими перевагами, які підприємство отримує від використання ERP-системи, є скорочення часу виробничих процесів, полегшення співпраці та централізована система передачі даних [3].

До інших переваг від впровадження ERP можемо віднести достовірну інформацію про фінансовий стан, що спрощує аудит; зменшення часу на закриття періоду і підготовку звітів; стандартизацію виробничих процесів; підвищення якості планування і контролю; розподіл витрат і розрахунок собівартості; контроль роботи співробітників, зменшення зловживань, зниження кількості помилок, пов'язаних з людським фактором; доступність і узгодженість даних для різних підрозділів і зовнішніх систем.

Сьогодні ринок ERP залишається у фазі швидкого розширення, загальний розмір якого до 2024 року, як очікується, перевищить 49,5 млрд. доларів [4]. У 2019

році світовий ринок програмного забезпечення ERP зріс на 9%, і склав 39 млрд. доларів [5]. Очікується, що зростання глобального ринку буде на рівні понад 8,1% протягом наступних п'яти років і досягне 78,4 млрд. доларів до 2026 року [6].

Основою для таких прогнозів стали опитування керівників великих підприємств, проведені консалтинговими компаніями. Так, 53% ІТ директорів заявили, що окрім CRM, ERP є їх інвестиційним пріоритетом. 50% компаній планують придбати, модернізувати, або найближчим часом оновити ERP-системи [7]. Під час опитування, з 255 компаній, які бажають придбати програмне забезпечення ERP, 89% визначили бухгалтерський облік як найбільш важливу функцію ERP, 40% компаній визначили кращу функціональність основною причиною впровадження системи ERP [8].

Інвестицій в ERP окупаються за рахунок підвищення ефективності та зменшення витрат. Впровадження ERP призвело до вдосконалення бізнес-процесів для 95% підприємств [9]. 82% підприємств, що впроваджують ERP, досягли очікуваної рентабельності інвестицій [10]. Рентабельність інвестицій в ERP перш за все досягалася за рахунок зменшення ІТ-витрат (40%), зниження рівня запасів (38%) та скорочення операційного циклу (35%) [9]. У середньому період окупності у підприємств, що впровадили ERP, становив трохи більше 2,5 років [9]. Основними трьома бізнес-цілями впровадження є досягнення економії коштів (46%), поліпшення показників ефективності (46%) та підвищення ефективності господарських операцій (40%) [10].

Хоча в Україні з кожним роком і зростає кількість підприємств, які мають ERP-системи, на сьогодні тільки 53% українських підприємств володіють ними [11]. Розвиток ринку ERP в Україні відбувається в основному завдяки великим підприємствам, таким як Фоззі Груп, Нафтогаз України, МХП та Novus [12-14]. Для багатьох українських підприємств найкращі ERP – занадто дорогі інвестиції, що сприяє розвитку і популяризації локальних ERP-систем, таких як «ERP-Ukraine» та ISpro [15; 16].

Новітні технології у сфері ERP стають більш доступними, що є позитивним фактором для українських підприємств. Сьогодні ефективна ERP-система – це

невід’ємна складова конкурентоспроможності та є інвестиційним пріоритетом підприємств. Інвестиції в такі системи порівняно швидко окупаються за рахунок значного зменшення витрат та дозволяють вивести підприємство на новий рівень. Все це сприятиме в наступні роки збільшенню кількості впроваджень ERP-систем в Україні.

Список літератури:

1. EnterpriseResourcePlanning (ERP) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.investopedia.com/terms/e/erp.asp>
2. ERP Modules: Types, Features & Functions [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/erp/erp-modules.shtml>
3. 12 5 Quantifiable Benefits of ERP.Lumenia Consulting [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://lumeniaconsulting.com/insights/blogs/benefits-of-erp>
4. ERP Software Market Research Report [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.marketresearchengine.com/reportdetails/erp-enterprise-resource-planning-software-market>
5. Market Share Analysis: ERP Software, Worldwide, 2019 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gartner.com/en/documents/3985627/market-share-analysis-erp-software-worldwide-2019>
6. ERP Software Market Expected to Reach \$78.40 billion by 2026 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.alliedmarketresearch.com/press-release/global-ERP-software-market-is-expected-to-reach-41-69-billion-by-2020.html>
7. ERP Statistics & Facts: ERP Success & Failure Rate [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www3.technologyevaluation.com/research/article/erp-software-facts-stats-and-lessons-learned.html>
8. The ERP Buyer’s Profile for Growing Companies [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.selecthub.com/enterprise-resource-planning/erp-buying-trends/?__cf_chl_captcha_tk__=539b65d9ed50cf38824e03c5797f7640e6f1624d-1619592139-0-AUAxe9pDXqXa5cu7fVmtzjQA__I-4lmkfNKYPXmiV7Da5ecHd0cv8gLh67_8os_JcopkdJNnn3JsbhwvaSa-kokmrj6N5FbBekWtabS_SGbdT-NsuwhakDi3B4nq0VzhB-cFSh_J2XxwFscrnZuGNzOCE-IZ2amzmSu2xsFdojq6OBDrbHeEa8EdYtYmJyEdyoy2QUc8BpO06xr6TnJPRG-2ZycqAqzTnASnWGVGx_gSxrWUKm_7GuJGPCBb4yRP_49Xrk5fqMjF6P31a4o-_QnxleLYLeYgFild3sqNfGUjNXP3nVK8ZfS-hy1q8LE9Agtl2ED46U0lWyuqXpYctlS5a0eHI-NDcu_4rCYU5WsZL9Ovf3FT3DdfmzRQKDNwDmvGLpEKdjBzmGNym1J5F6f9eAyzrHx0LgMRIK2olREYUDW00vyNdTcwXtCuxzDWVcEghHWpxE-LtR5Yz9A8MtlpmeEGAeS1W4vPSxLXbwdWE5GENkzXeVIMvBHnYx9FEmhSdCC064bTGptUkFJcjuAUpBB0Xi2hlqOLk7i8pMkT15VZLbTUSW6laTaj0eKhxP0pLhKk0Fnr8iJZeeWKUKhXC4M0UwwmzksS8930Zt_BZeZvVQ4Jj6qtaZkXc4FgdtPONfT_JdwuA5rkAzWdvZ1BOBK-ZA13U2D4f7NgF_HS2WtX5HcXo1d4wjnwVRWCD2jucW2wdpSB94wp-I7uitQ8ZsK7yuD-xq25n82QDr
9. 2018 ERPReport[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2184246/2018%20ERP%20Report.pdf>
10. TherealfactsaboutERPimplementation[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ultraconsultants.com/wp-content/uploads/2021/02/Real-Facts-About-ERP-Implementation-final-rev-2.12.19.pdf>
11. Облако для ERP.GigaCloud [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://gigacloud.ua/ru/services/hmara-dlja-erp-ta-crm>.
12. Novus: Рітейл майбутнього — це роботизація та автоматизація процесів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://allretail.ua/interviews/63942-sergiy-gulyayev-novus-riteyl-maybutnogo-ce-robotizaciya-ta-avtomatizaciya-procesiv>

13. Група Нафтогаз здійснює комплексну цифрову трансформацію для забезпечення прозорості бізнесу та підвищення капіталізації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://news.sap.com/ukraine/2021/02/naftogaz-s4hana/>

14. Холдинг МХП впроваджує системи SAP [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://news.sap.com/ukraine/2021/03/mhp/>

15. ERP Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://erp.co.ua/en-US/aboutus>

16. Комплекс ISpro [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ispro.ua/page/is-pro-system>.

Гаркуша А.О.

СВІТОВА ПРАКТИКА РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ

В економічній літературі стосовно питань висвітлення сутності, джерел утворення, особливостей класифікації оборотних активів для означення одного й того ж поняття застосовують такі терміни: «оборотні активи», «оборотні кошти», «оборотний капітал», «робочий капітал», «оборотні засоби» [1]. Зазначене викликає необхідність щодо тлумачень означених вище категорій. Зачасту, у класичній літературі вченими визначається сутність оборотних активів, як: «активи, які регулярно відновлюються для забезпечення господарської діяльності і цілком споживаються протягом одного року чи одного операційного циклу, якщо він довший за рік.

В сучасних економічних умовах підприємства стикаються зі значними труднощами при фінансуванні оборотного капіталу. Вирішення цих питань багато в чому залежить від організації і методики обліково-аналітичного забезпечення й подальшого відповідного аудиту операцій з управління оборотним капіталом, яке покликане аналітично обґрунтувати потреби в оборотному капіталі, зводити до мінімуму ризику, пов'язані з вибором джерел його фінансування, оцінювати дії різних факторів на зміну ефективності використання оборотного капіталу і виявляти резерви її підвищення.

Ефективне функціонування реального сектора багато в чому залежить від старанності проведення перевірок фінансових і бухгалтерських документів [2]. Зокрема, зовнішній аудит дозволяє не тільки виявляти недоліки ведення обліку на підприємстві, а й сприяє поліпшенню систем внутрішнього контролю і бізнес-

процесів. Постійний рух й істотність сум можуть привести до помилок і неточностей в обліковій документації підприємства, а також спонукати керівників і фінансових працівників до здійснення різних махінацій. Для виявлення і запобігання цих процесів важливим є виконання аудиторських процедур, як зовнішнього так і внутрішнього виду.

Питання аудиту оборотних активів на виробничих підприємствах мають дискусійний характер, про що свідчить наявність проблем, пов'язаних з невідповідністю понять їх економічному змісту, що використовуються в обліку й аналізі оборотних активів, не використовуються контрольні можливості аудиту, не опрацьовано методики аудиторської перевірки оборотних активів, тощо [3].

Оборотні активи, зокрема грошові кошти та дебіторська заборгованість, що розглядаються зазвичай в роботі аудиторів, є найбільш ліквідними активами підприємства. Зазвичай за даними обліку підприємств саме ці активи мають найбільшу питому вагу в структурі балансу.

У науці і практиці широко описується перелік аудиторських процедур коректності відображення, обліку та наявності оборотних активів. При проведенні даних процедур дії аудитора спрямовані на виявлення випадкових або систематичних помилок в обліково-фінансовій структурі підприємства, а також тестування систем внутрішнього контролю. Однак у великих виробничих структурах облікові помилки й інші спотворення фінансової інформації часто носять навмисний характер. В даному випадку слід говорити про корпоративне шахрайство.

На сьогоднішній день Міністерство фінансів України та Державна фіскальна служба України виділяє три категорії корпоративного шахрайства: корупція, шахрайство зі звітністю та привласнення активів. У зв'язку із специфікою аудиту оборотних активів пропонуємо більш детально розглянути способи виявлення схем привласнення активів [4].

Основними способами, пов'язаними з присвоєнням активів, є:

1) шахрайські операції з активами: списання активів з балансу компанії, зниження вартості активів, заміна активів на менш цінні;

2) переведення прибутку в спеціально створені організації: зменшення виручки, збільшення витрат, зниження прибутку і поява збитків;

3) обтяження зобов'язаннями: збільшення сум зобов'язань і поява нових зобов'язань.

Основні схеми маніпуляцій з грошовими коштами та дебіторською заборгованістю, які найбільш популярні в нашій країні, пов'язані з дебіторською заборгованістю, зокрема. Шахрайство з дебіторською заборгованістю призводить не тільки до зниження виручки і зменшення грошових потоків, а й позначається на ефективності роботи підприємства. Оскільки даний актив є високоліквідним, багато користувачів фінансової звітності звертають на це особливу увагу і будують певні очікування щодо нього. Виділяють наступні схеми маніпулювання такою заборгованістю:

1) формування фіктивної дебіторської заборгованості в результаті здійснення неврахованих продажів;

2) присвоєння платежів в рахунок погашення списаної дебіторської заборгованості;

3) особисті запозичення під заставу дебіторської заборгованості;

4) списання (прощення) боргу, укладення угоди про відступлення права вимоги, відступлення права вимоги третій особі, укладення угоди про надання відстрочки / розстрочки платежу;

5) продаж простроченої дебіторської заборгованості на не вигідних для підприємства умовах і т.д.

Таким чином, після проведення всіх заходів з виявлення можливих викривлень з присвоєнням оборотних активів, рекомендованих аудиторськими стандартами, а також розробленими самими аудиторами, можна робити висновок про достовірність фінансової звітності та фінансових документів щодо даних облікових статей балансу. Загальні аудиторські процедури дозволяють переконатися у відсутності помилок ведення обліку, проте вони не дають повної впевненості в тому, що на підприємстві не практикується корпоративне шахрайство. Проведення описаних процедур дає більше розуміння

функціонування фінансового та економічного відділів виробничого підприємства на якому виконується аудиторська діяльність.

Список літератури:

1. Донін Є. О. Особливості сучасних підходів щодо специфіки класифікації оборотних активів підприємства. Економіка і організація управління. 2018. №1 (29). С. 75–85. URL: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/viewFile/5738/5764>.
2. Макаренко А.П. Бухгалтерський облік: навч. метод. посібник / за заг. ред. А.П. Макаренко, Т.О. Меліхова, Ю.В. Подмешальська, Н.С. Чакалова. Запоріжжя, 2018. – 602 с.
3. Стоянова-Коваль С. С. Оборотні активи аграрних підприємств: економічна сутність та науково-методичні підходи до специфіки їх класифікації / С. С. Стоянова-Коваль, О. М. Стоянова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 10(2)- с. 100-105
4. Назаренко О. В. Сутність, функціональне призначення та особливості застосування аналітичних процедур в аудиті. Агросвіт. № 14. 2018. С. 3-8.

Андрійшина А.В.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАСПОРТУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Транспортна система України забезпечує зв'язки між галузями, підприємствами, регіонами країни, зарубіжними державами. Для сучасного транспорту властива велика різноманітність видів, кожен з яких має свої специфічні виробничі особливості. Транспортний комплекс складається із сухопутного, водного та повітряного.

Залізничний транспорт є однією з важливих базових галузей економіки України. Його стабільне та ефективне функціонування є необхідною умовою для забезпечення обороноздатності, національної безпеки і цілісності країни, поліпшення умов та рівня життя населення. Однак, сьогодні стан виробничо-технічної бази залізничного транспорту і технологічний рівень перевезень за багатьма параметрами не відповідають зростаючим вимогам суспільства та європейським стандартам якості надання транспортних послуг, і вже найближчим часом це може стати перешкодою для подальшого соціально-економічного розвитку України [1].

Виникнення проблем, що стримують розвиток залізничного транспорту України зумовлено такими факторами:

- знос основних фондів, який складає 56%, у тому числі рухомого складу – 68%;
- відсутність державної підтримки інноваційного розвитку галузі та недосконала законодавча база для залучення інвестицій;
- випереджаюче зростання цін на продукцію, що споживається залізничним транспортом, порівняно з темпами зміни тарифів на перевезення [2].

Основними проблемами розвитку залізничного транспорту є:

- недосконалість нормативно-правових актів, що регулюють діяльність залізничного транспорту;
- оновлення та модернізація основних фондів;
- підвищення пропускної спроможності мережі залізниць України;
- низька конкурентоспроможність залізничного транспорту на зовнішніх та внутрішніх ринках транспортних послуг;
- низький рівень інвестицій у фінансуванні техніко-технологічної модернізації розвитку транспорту;
- необхідність реформування ПАТ «Укрзалізниця», забезпечення прозорості її діяльності через формування вертикально-інтегрованої системи управління компанією, побудови її діяльності відповідно до принципів, закладених в директивах ЄС.

Для вирішення цих проблем необхідно здійснити такі заходи:

- розробити та запровадити гнучку тарифну політику, що сприятиме перетворенню залізничного транспорту на ринково орієнтовану конкурентоспроможну галузь;
- створити тарифні умови для відокремлення природно монопольного сектора залізничного транспорту від потенційно конкурентного;
- здійснити комерціалізацію транспортної діяльності залізниць та окремих їх підприємств;

• збільшувати масштаби залізничного сполучення із країнами Азії (контейнерні поїзди між Китаєм і Україною почали курсувати на регулярній основі в липні 2020 року)[3];

• впровадити проект високошвидкісного залізничного руху в Україні та будівництво нових залізничних сполучень на основі «європейської колії», зокрема залізничної лінії зі швидкістю руху до 250 км/год та сучасної інфраструктури для обслуговування InterCity та контейнерних перевезень у напрямку ЄС [4];

• приєднання до маршруту поїзда комбінованого транспорту «Вікінг» нових станцій, що сприятиме більш зручному подальшому відправленню вантажів морським та річковим транспортом із використанням потужностей порту до країн Центральної та Південної Європи, розташованих у басейні річки Дунай, а також у зворотному напрямку [5].

Проведення реформ на залізничному транспорті України прискорить темпи євроінтеграції, сприятиме налагодженню більш тісного міжнародного економічного співробітництва підвищенню конкурентоспроможності українських залізниць на ринку транспортних послуг, дозволить ефективно використовувати територіально-географічний потенціал України, а також збалансувати інтереси суспільства та споживачів послуг залізничного транспорту.

Список літератури:

1. Дергоусова А. О. Стратегічний розвиток залізничного транспорту в умовах реформування URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1555>
2. Концепція державної програми реформування залізничного транспорту URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/60705298>
3. З України до Китаю відправився перший контейнерний поїзд URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3323544-z-ukraini-do-kitau-vidpravivsa-persij-kontejnernih-poizd.html>
4. Проєкт високошвидкісного залізничного сполучення розпочнеться у 2021-му від кордону з Польщею URL: <https://mtu.gov.ua/news/32648.html>
5. Поїзд комбінованого транспорту «Вікінг» URL: https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/552119/

ГЛОБАЛЬНІ HR-ТРЕНДИ У РОЗВИТКУ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

В умовах підвищеної боротьби за таланти міжнародним компаніям необхідно всебічно підтримувати та підвищувати конкурентоспроможність на ринку праці. З кожним роком ринок праці стає ще більш насиченим, а дефіцит кадрів продовжує зростати. За прогнозами до 2030 року глобальний дефіцит кваліфікованих спеціалістів становитиме 85,2 млн.осіб [1]. Характерною особливістю ринку праці є те, що компанії на ньому конкурують не лише зі своїми прямими конкурентами, а й з усіма організаціями, які мають на меті найм працівників. Так, компанії харчової промисловості (Danone, Nestle, PepsiCo тощо) конкурують як роботодавці не лише між собою, а й з іншими компаніями FMCG-ринку (JTI, L'oreal, Unilever), а також і з фірмами інших секторів: IT (Facebook, AppleInc.), фінансового (EY, PWC, KPMG).

На думку практиків, на сьогодні найефективнішим методом для підтримки конкурентоспроможності компанії на ринку праці є створення та розвиток бренду роботодавця. Незважаючи на те, що цей маркетинговий напрям є відносно новим у міжнародному бізнесі, він динамічно розвивається, демонструючи нові тренди. Більше того, криза, спричинена пандемією COVID-19, дала поштовх до прискореного розвитку таких ключових глобальних HR-трендів: поява нових цільових аудиторій, діджиталізація та штучний інтелект, персоніфікація, розвиток спільнот.

Створюючи бренд роботодавця міжнародні компанії перш за все повинні визначити свою цільову аудиторію та її потреби. Оскільки більшість фірм у 2020 році була змушена перейти на дистанційний режим роботи, то формат повного робочого дня в офісі на сьогодні має тенденцію до зникнення. За даними дослідження Univesum, лише 31% респондентів готові повернутись до звичайного режиму роботи. У цей же час, 71% готові працювати повний робочий день віддалено, 77% хотіли б мати постійну проектну роботу, а 90% респондентів надають перевагу гнучкому графіку [2]. Враховуючи тренд до збільшення потреби працівників у віддаленій зайнятості з гнучким графіком роботи, такі

міжнародні компанії як Nestle, Grammarly, JTI, у 2021 році офіційно перейшли на гібридний режим роботи (50% дистанційної праці, 50% роботи в офісі).

Впровадження інновацій в процеси HR, передусім діджиталізації та штучного інтелекту, має фундаментальне значення для оптимізації процесів. За даними IBM, понад 66% керівників вважають, що автоматизація HR-процесів підвищує якість роботи HR-департаменту [3]. Різні рішення для автоматизації, наприклад ATS або HRM-системи, можуть позбавити HR-фахівців монотонної роботи, підвищити оперативність виконання завдань. А в результаті імплементації діджиталізованого механізму адаптації новачків у аграрній компанії Kernel, на 10% збільшився відсоток успішного проходження випробувального терміну новими працівниками. Даний механізм включає в себе: адаптаційний чат-бот, автоматизовану систему звітності виконаних завдань, онлайн-тренінги тощо [4].

Персоніфікація HR-контенту обумовлюється тим, що щодня у мережі з'являється величезна кількість інформації, яку складно встигати перерахувати, сприймати та осмислювати. Важливо враховувати це під час підготовки HR-контенту. Перш за все персоніфікація розпочинається з EVP (ціннісної пропозиції роботодавця). Так, написання в назві вакансії загальноприйнятих термінів, що використовуються на ринку, а не в компанії, підвищує вірогідність отримання працівників з релевантним досвідом та навичками. Також, реагуючи на тренд персоніфікації, багато міжнародних компаній присутні у різних соціальних мережах, націлюючись на різну цільову аудиторію та генеруючи відповідно різний HR-контент.

Розвиток спільнот є новітнім HR-трендом. За даними консалтингової компанії Deloitte, головним трендом цього року вважається почуття приналежності. Оскільки, соціалізація це те, чого так не вистачало останній рік, 83% працівників вважають, що формування почуття приналежності буде важливим для успіху компанії наступні 12-18 місяців [5]. Тренд розвитку спільнот активно підхоплюють у своїх нових HR-практиках міжнародні фірми. Наприклад, в українській IT-компанії «Genesis» зараз налічується 6 спільнот: маркетологів,

фронтенд- та бекенд-розробників, тестувальників, дизайнерів та піарників. Завдяки цьому усередині організації фахівці обмінюються знаннями, знаходять відповіді на складні питання і стають більш лояльними до компанії, яка їх об'єднала. Також, понад 30 тис. компаній по всьому світу використовують внутрішню корпоративну соціальну мережу Workplace для створення та підтримки спільнот [6].

Таким чином, для досягнення успіху в розвитку бізнесу внаслідок найму висококваліфікованих кадрів, міжнародним компаніям варто не лише створювати бренд роботодавця, а й постійно оновлювати стратегію його підтримки, реагуючи на глобальні HR-тренди та локальні тенденції ринку праці.

Список літератури:

1. Michael Wolf. The global labor shortage [Електронний ресурс] / Michael Wolf // Deloitte Insights. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www2.deloitte.com/xe/en/insights/economy/global-labor-shortage.html>.
2. Employer Branding Now. // Universum. – 2020. – С. 23. Режим доступу до ресурсу: <https://universumglobal.com/ebnow2020/>
3. Extending expertise [Електронний ресурс] // IBM Corporation. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ibm.com/downloads/cas/QVPR1K7D>.
4. Тренди брендингу роботодавця 2021 [Електронний ресурс] // Hurma. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://hurma.work/blog/trendy-brendyngu-robotodavczya-2021/>.
5. Global Human Capital Trends: Special report [Електронний ресурс] // Deloitte. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends.html>.
6. Companies using Workplace by Facebook [Електронний ресурс] // Enlyft. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://enlyft.com/tech/products/workplace-by-facebook>.

Бодунов Д.Р.

СВІТОВА ПРАКТИКА РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

У більшості країн світу структура податкових систем значною мірою базується на оподаткуванні прибутку. Тому ціноутворення дає широкі можливості для розподілу прибутку між залежними організаціями [1]. Держави втрачають у податкових надходженнях внаслідок використання мультинаціональними підприємствами агресивного податкового планування для перенесення доходів до місць (юрисдикцій) із більш сприятливими режимами

оподаткування [2]. Свідченням посиленої уваги у світі до трансфертного ціноутворення є врахування практики його регулювання в конкретній країні як одного з 34 критеріїв при складанні Світовим банком рейтингу конкурентоспроможності національних податкових систем.

Основними ідейними двигунами у регулюванні трансфертного ціноутворення в межах Європи виступають Європейський Союз (головним чином представлений Європейською комісією та Спільним форумом ЄС з трансфертного ціноутворення), а також Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Основу міжнародно-правових принципів у галузі трансфертного ціноутворення на регіональному рівні Європи закладають ряд наведених у таблиці документів.

Таблиця 1

Таблиця документів ЄС та ОЕСР

ЄС	ОЕСР
Кодекс поведінки щодо документації з трансфертного ціноутворення для асоційованих підприємств у ЄС	Керівництво ОЕСР з трансфертного ціноутворення для мультинаціональних підприємств та податкових адміністрацій
Арбітражна конвенція ЄС щодо усунення подвійного оподаткування у зв'язку з коригуванням прибутку асоційованих підприємств	Модельна конвенція ОЕСР щодо податків на доходи та капітал
Керівництво ЄС щодо угод про попереднє ціноутворення	Керівництво із укладення угод про попереднє ціноутворення відповідно до процедури взаємної згоди
Керівництво з міжгрупових послуг з низькою додатковою вартістю	Методичні рекомендації щодо розробки законодавства у сфері трансфертного ціноутворення, спрямовані на гармонізацію впровадженого підходу

Переліченим документам, на наш погляд, не властива суворі ієрархія. Держави можуть запозичувати ті чи інші положення, які, на їх погляд, є найбільш підходящими для їх національних особливостей економіки.

Розроблені під егідою ЄС та ОЕСР документи можна зарахувати до категорії м'якого права. Не будучи юридично-обов'язковими, а лише допоміжними джерелами регулювання, багато положень знайшли свою імплементацію у національному законодавстві низки європейських країн. За

допомогою рекомендаційних розпоряджень вони орієнтують держави на уніфікований розвиток національного правового поля у сфері трансфертного ціноутворення. За оцінками ОЕСР, втрати бюджетів держав світу від розмивання бази оподаткування і переміщенні прибутків за кордон, щороку сягають \$100-240 млрд. або 4-10% сукупних надходжень від податку на прибуток підприємств[3].

Питання регулювання трансферного ціноутворення є актуальним не лише через суттєві суми податків, а й через його складність, вирішення якого залежить від досконалого розуміння фактів та економічної суті операцій[4].

Особливе значення в механізмі регулювання трансферного ціноутворення має встановлення факту пов'язаності (контролю) сторін. Операції між взаємопов'язаними особами автоматично вважаються такими, в яких застосовують механізм трансферного ціноутворення. Отже, вони підлягають особливому контролю на умовах використання принципу «витягнутої руки» [5].

Оподаткування є одним з ключових елементів політики суверенної держави, однак незалежні країни не можуть самотійно прийняти до уваги податкові правила інших країн, і як наслідок виникають прогалини та суперечності в регулюванні контрольованих операцій, що в свою чергу створює сприятливі можливості для мінімізації податкових зобов'язань мультинаціональних компаній. Отже, очевидним стає факт, що для успішної боротьби з податковими зловживаннями, країни повинні об'єднати свої зусилля.

Використання цін, що суттєво відхиляються від ринкових, у внутрішньогрупових угодах стає причиною недоотримання бюджетами багатьох країн податкових надходжень. Нещодавно Єврокомісія закликала Бельгію, Грецію, Фінляндію, Італію та Польщу прийняти нові правила щодо обміну інформацією для забезпечення прозорості та підвищення ефективності міжнародного оподаткування. В Австралії компанії-учасниці міжнародних консорціумів також стають об'єктом дедалі більшої уваги податкових органів. Все це говорить про те, що питання трансфертного ціноутворення набувають все більшого значення у світовій практиці, а податкові органи стають більш досвідченими і, як наслідок, більш вимогливими до обґрунтування компаніями

трансфертних цін, що застосовуються ними. Україна по суті також є учасницею цього процесу.

Список літератури:

1. Алексєєва А. Трансфертне ціноутворення як механізм податкового контролю / А. Алексєєва, Т. Ігнатенко // Вісник КНТЕУ. – 2014. – № 3. – С. 85-95.
2. Мішин М., Курілов Є. Світовий досвід трансфертного ціноутворення: тенденції та перспективи // Вісник. Офіційно про податки. – № 38, 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/6064>.
3. План дій BEPS: Україна унеможливує податкові лазівки // Вісник. Офіційно про податки. – № 42, 2018. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100009744-plan-diy-bepsukrayina-unemozhlivlyuye-podatkovyi-lazivki?issue=5679>
4. Ефективне вирішення викликів трансфертного ціноутворення. Dealing Effectively with the Challenges of Transfer Pricing. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/site/ctpfta/49428070.pdf>.
5. Зирянова О. Л. Регулювання трансфертного ціноутворення: міжнародний досвід та українська практика / О. Л. Зирянова // Вісник Інституту економіки та прогнозування. – 2013. – С. 77-80. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/viep_2013_13_15

Вербіцький О.Ю.

ПРІОРИТЕТИ ТА ПЕРЕВАГИ ІНТЕГРОВАНОГО ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ МОЛОЧНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

У нашому сьогоденні, політичні, економічні, правові та ін. системи всіх країн світу зближуються і взаємозалежність держав досягає небувалих масштабів. Проблеми, що виникають у будь-якій точці світу, миттєво відображаються на всьому світі. Процес глобалізації приводить до створення єдиного світового співтовариства, в якому формуються єдині норми, інститути та культурні цінності.

Сфера логістики інтерпретується сьогодні як одна з умов здобуття конкурентної переваги у ринковому середовищі. Серед стратегічних мотивацій, що зумовлюють розвиток глобалізації логістичних систем, є змога: створювати велику кількість транснаціональних компаній, які використовують в бізнесі глобальні логістичні інтегровані ланцюги і мережі; впливати на міжнародну торгівлю, соціально-політичні та економічні стосунки між країнами; формувати

сприятливі умови для експорту та імпорту необхідної продукції; усувати зайві перешкоди в доступі суб'єктів господарювання на міжнародні ринки.[1]

Поширення коронавірусу завдало серйозного удару по світовій логістиці та забезпечення ланцюжка поставок сировини і готової продукції, в тому числі і молочної. Особливо високі ризики стосуються можливого загострення фітосанітарного контролю експортної продукції в країнах-імпортерах. Попри це, на сьогоднішній день сектор молочної продукції має добрий потенціал розвитку, та за прогнозами зростатиме на 1,6% щорічно як у частині виробництва, і у переробці. Протягом десяти років обсяг споживання молока може зрости на 25-30%, з погляду потенціалу експорту. Експорт молока за країнами склав 29,1 мільярда доларів США в 2020 році, прискорившись на 23,9% для всіх країн-відвантажувачів молока за 5-річний період, починаючи з 2016 року, коли міжнародні продажі молока становили 23,4 мільярда доларів.[2]

Молочна галузь є дуже важливою складовою ланкою усього сільськогосподарського виробництва. Результати її функціонування справляють значний вплив на розвиток багатьох галузей агропромислового підкомплексу. Від ситуації, що склалася у виробництві молока, залежить тісною мірою соціально-економічний розвиток держави в цілому. Якість продукції, яка тут виробляється, та її доступність для кінцевих споживачів являються важливими складовими продовольчої безпеки країни.[3]

2020 рік – історичний для зовнішньої торгівлі молочними продуктами: Україна втрачає звання нетто-експортера і в той же час є регіоном з найшвидше зростаючим ринком молока з 2016 року (зростання на 700,9%). Сальдо зовнішньої торгівлі на кінець року становило 77,6 млн. дол.[4]. Серед підприємств в Україні, які мають право експортувати молочні продукти споживання до ЄС, 25 виробників, 145 в цілому на інші ринки. Це стало можливим завдяки вдалим програмам інтеграції та встановленню міжнародних стандартів якості.[5]

Незважаючи на позитивну динаміку розвитку галузі, експортна діяльність українських молочних компаній демонструє тенденцію до зниження. Хоча через

пандемію нинішня ситуація на ринку є досить нестабільною, компаніям важливо ретельно планувати експортну діяльність, прораховувати можливі ризики, змінювати бізнес-плани, відкривати перспективні ринки, не зупиняти інновації та довіряти сучасним споживачам. Стратегічне планування та коригування експортної стратегії допоможе компаніям розширити експортну діяльність та досягти успіху за кордоном.

Серед можливостей України підвищити ефективність розвитку експорту та галузі в цілому є активна інтеграція України в світову торгівлю, стимулювання та підтримка експорту української молочної продукції з боку держави, зокрема програма «Стоп підробка»[6], розширення покриття експорту в більшій кількості країн та контрагентів, встановлення більшої кількості контактів із потенційними покупцями продукції шляхом участі в міжнародних виставках, тендерах т.д., перехід від експорту сировинної продукції до кінцевої, розширення дистриб'юторської мережі за кордоном, розвиток НДР та інновації, що зменшать залежність надою молока від погодних умов. Тому для забезпечення ефективного розвитку молочного скотарства та підвищення економічної ефективності виробництва молока необхідно активізувати роботу із залучення інвестицій, які можуть окупуватись за рахунок удосконалення організації виробництва. Це дасть змогу суттєво підвищити прибутки товаровиробників та забезпечити конкурентоспроможність вітчизняної молочної продукції на світових ринках. Для вирішення цих проблем необхідно поєднувати зусилля усіх учасників ринку молока.

Список літератури:

1. Человек: соотношения национального и общечеловеческого : сб. материалов междунар. симпозиума (г. Зугдиди, Грузия, 19-20 мая 2004 г.), вып. 2 / под ред. В. В. Парцвания. СПб. : С.-Петербург. философ. общество, 2004. – URL: http://anthropology.ru/ru/texts/kvarats_va/mannt_14.html
2. TopMilkExportingCountries. 2021. URL: <https://www.worldstopexports.com/top-milk-exporting-countries/>
3. Молоко та молочні продукти: географія продажів, імпортери, обсяг експорту і виробництва. 2021. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/1179-moloko-ta-molochni-produkti-geografiya-prodajiv-importeri-obsyag-eksportu-i-virobnitstva>
4. Логистика в системе управления молокоперерабатывающих предприятий. 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/logistika-v-sisteme-upravleniya-molokopererabatyvayuschih-predpriyatij/viewer>
5. Україна підтвердила право експорту молока та молочної продукції до Є. 2021. URL: <https://dpss.gov.ua/news/ukrayina-pidтвердила-pravo-eksportu-moloka-ta-molochnoyi-produkciyi-do-yes>
6. Держпродспоживслужба та Спілка молочних підприємств боротимуться з фальсифікатом молочної продукції. 2021. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/derzprodspozivsluzba-ta-spilka-molocnih-pidpriemstv-borotimutsa-z-falsifikatom-molocnoiprodukciyi>

БАГАТОФАКТОРНА ОЦІНКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Зовнішньоекономічна діяльність є найважливішою економічною характеристикою соціально-економічного розвитку країни, що показує ступінь залучення країни або окремого регіону до міжнародного поділу праці та руху капіталу, що відображає рівень розвитку як суб'єкта економіки, так і країни в цілому. Зовнішньоекономічна діяльність реалізується через зовнішню торгівлю, що забезпечує доходну частину бюджету регіону [1]. Оцінити зовнішньоекономічну діяльність країни або окремого суб'єкта господарювання можливо через його експортний потенціал.

Проблема ефективного управління експортним потенціалом багато в чому пояснюється відсутністю комплексних науково обґрунтованих підходів і методів до аналізу експортного потенціалу шляхом взаємозв'язку між виробничими процесами, системою маркетингу на підприємстві, фінансовій складовій, трудовими ресурсами та юридичними аспектами експортної діяльності підприємства.

У зв'язку з цим для розробки універсальної комплексної методики оцінки експортного потенціалу підприємства необхідно проаналізувати вже існуючі і найбільш часто застосовуються в Україні та за кордоном методи аналізу експортного потенціалу.

В даний час існуючі методики аналітичної оцінки експортного потенціалу організації можна згрупувати за такими ознаками [3]:

1. За рівнем складності - прості кількісні і складні багатофакторні методики. Найбільш поширені прості кількісні методики оцінки експортного потенціалу підприємства.

2. З точки зору одиниць виміру - кількісні та експертні методики. У кількісних методиках за одиницю виміру приймається класичні абсолютні і відносні одиниці виміру - вартісні, відсотки, коефіцієнти тощо. Експертні методики базуються на системі оцінок в балах і потребують залучення фахівців з даного питання. З одного боку, для експертних методик характерна частка

суб'єктивізму, з іншого - вони, на відміну від кількісних показників, дозволяють враховувати пріоритетність якісних аспектів.

3. За використання параметрів оцінки - змістовні і порівняльні методики. Так звані змістовні методики включають оцінку елементів експортного потенціалу або виділених факторів його формування, а порівняльні - оцінку експортного потенціалу шляхом порівняння продукції або результатів діяльності підприємства з продукцією або результатами діяльності організацій-конкурентів [3].

Найчастіше на практиці застосовується методика оцінки експортного потенціалу, яка передбачає розрахунок показників ефективності виробництва експортної продукції, частки інноваційної продукції та ефективності продажу експортної продукції. Однак подібний аналіз не дозволяє оцінити можливості, ресурси, власні знання, навички та вміння, на які підприємство може покластися в складних і ризикованих ситуаціях, що виникають при виході на зовнішній ринок. Окрім того, даний аналіз не дозволяє виявити слабкі сторони на рівні внутрішніх ресурсів і можливостей, які потребують поліпшення, для того щоб збільшити шанси підприємства на успіх в експорті.

З огляду на специфічність предмета дослідження, частіше використовується інтегральна методика розрахунку експортного потенціалу підприємства [2], яка дозволяє більш точно відобразити можливості підприємства на зовнішньому ринку, за допомогою показників, певним чином зважених між собою.

Перевага даного методу - простота в розрахунках і однозначна інтерпретація результатів:

$$K_K = \sqrt{\alpha * K_{\text{внутр}} * (1 - \alpha) * K_{\text{зовн}}}$$

де $K_{\text{внутр}}$ - комплексна оцінка внутрішнього експортного потенціалу підприємства та розраховується за формулою:

$$K_{\text{внутр}} = K_{\text{вик}} * K_{\text{рва}} * K_{\text{рп}}$$

де $K_{\text{вик}}$ - показник співвідношення виробничої програми до виробничої потужності підприємства; $K_{\text{рва}}$ - показник рентабельності виробничих активів; $K_{\text{рп}}$ - показник рентабельності продукції; $K_{\text{зовн}}$ - комплексна оцінка зовнішнього експортного потенціалу підприємства, що розраховується за такою формулою:

$$K_{\text{зовн}} = K_{\text{співвідн}} * K_{\text{чцр}} * K_{\text{марк}} * K_{\text{рпп}}$$

де $K_{\text{співвідн}}$ - показник співвідношення обсягу виробництва і обсягу продажів; $K_{\text{чцр}}$ - частка продукції на цільовому ринку; $K_{\text{марк}}$ - частка маркетингових витрат в загальній сумі витрат; $K_{\text{рпп}}$ - показник рентабельності продажів; α - коефіцієнт спряженості експортного потенціалу.

Крім інтегральної методики велике поширення в Україні отримав метод експертних оцінок. Даний метод полягає в оцінці основних функцій підприємства, що визначають його готовність до експортної діяльності (виробництво, логістика, фінанси, ринок, ціна, та юридичні аспекти) [2]. Кожен критерій оцінюється за п'ятибальною шкалою, а потім результати за кожним критерієм додаються.

Оцінювання даних підприємства за різними критеріями аналізу - досить трудомістка процедура. Складність полягає у визначенні шкали цінностей. Підприємству слід ґрунтуватися на реальних і точних показниках і довірити оцінку незалежному експерту, що зможе виявити проблемні зони підприємства, яким слід приділити більшу увагу.

Список літератури:

1. Мельник Т.М. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. URL: <http://archive.nbu.gov.ua>.
2. Скорнянова Т.В. Експортний потенціал обробної промисловості України: монографія. К.: Науковий світ, 2016. 360 с.
3. Касич А.О., Дідур С.В. Структурні характеристики зовнішньої торгівлі України. Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал. 2018. С. 85 - 94.

Грабар Д.В.

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ МЕРЧЕНДАЙЗИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКАХ FMCG

Мерчендайзингова діяльність відіграє одну із ключових ролей в компанії для збільшення продажів в торговій точці. Дотримуюючись всіх норм професійної викладки товару, будь-яка компанія може привернути увагу потенційного споживача та отримати конкурентну перевагу. Авторське

дослідження тенденцій мерчендайзингової діяльності на глобальних ринках FMCG дозволило виокремити такі їх групи: маркетингову, цифрову та ситуативну. Група маркетингових тенденцій розвитку мерчендайзингу є найбільшою і до неї віднесені:

- модульність проектних і дизайнерських рішень – мерчендайзингове обладнання стає модульним та дизайнерським, є готовим до зміни, трансформації в залежності від асортименту, промо-акцій, сезонності тощо [1];

- екологічний дизайн – використання екологічних матеріалів і технологій, натуральної колірної гами, де вітаються яскраві природні акценти для посилення комунікацій [2];

- посилення комунікації – ретельна робота з комунікаціями в усіх зонах простору магазину, а також на різних рівнях свідомості споживача [3];

- створення емоційного простору – мерчендайзингове оформлення торгового залу задля пробудження почуттів і емоцій споживача, вплив на них і управління з їх допомогою споживчою поведінкою [3];

- диверсифікація форматів торгових точок – на рівні з традиційними супермаркетами, гіпермаркетами, мінімаркетами та магазинами “через прилавки” з’являються модернізовані форми торгових точок. На кшталт магазинів кеш-енд-кері, аутлетів, шоурумів, бутіків, суперетів, кауфхале, супертріадо, а також пересувні (мобільні) магазини, дискаунтери, торгові автомати, магазини при АЗС тощо [4; 5; 6];

- креативність – (важливий тренд для покоління Z) – створення так званих “neon moments” - елементів інтер'єру магазину, гідних селфі і публікації фото у соцмережах (такими елементами дизайну можуть бути як великі конструкції, цілі інстазони, так і маленькі деталі на самому товарі або полиці).

Наступні 5 тенденцій можна віднести до цифрової групи, оскільки вони пов’язані з інноваційними технологіями, це зокрема: використання онлайн технологій у торгових залах - оснащення спеціальних просторів для зберігання онлайн-замовлень, створення пунктів видачі замовлення, встановлення терміналів [1]; застосування електронних цінників – електронні цінники або ESL (від англійського Electronic Shelf Labels) надають одразу декілька можливостей,

таких як зміна ціни на товари протягом доби, управління промо, скорочення ручної роботи в торговому залі[7]; автоматизація створення планогам – використання сучасних програм з функціоналом роботи з базою даних магазинів та швидкого пошуку і навігації, створення моделей торгового залу для магазинів, перегляду в 3D-моделях торговельного простору, аналітики продажів в торгових точках для опрацювання більш ефективних планогам, додавання обладнання і його моделювання [1]; аналітика в режимі реального часу– впровадження програм з управління викладкоюумовжливує отримання потрібних звітів, які показують реальну картину торговельного процесу. Не потрібно окремо вивантажувати звіти з продажу, порівнювати з планограмою, аналізувати план-факт, порівнювати з попереднім періодом продажів. Коли управління викладкою робиться фахівцем з головного офісу, важливо мати уявлення про те, як виглядає простір магазину. Для того існують програми, що дозволяють створювати 3D-моделі залу. Також існують програми, які допомагають побачити, як спроектований стелаж буде виглядати в магазині[8].

Ще одна група глобальних тенденцій розвитку мерчендайзингу – це ситуативні, що пов’язані з пандемієюCovid – 19: створення безпечного простору, віддалена робота, автоматизація торговельного процесу. Так, створення безпечного простору включає в себе і широкі проходи, і можливість безконтактної покупки, і розміщення дезінфікуючих та захисних засобів в торгових залах, і інформування споживача про додаткові заходи безпеки, що вживаються магазином для захисту своїх покупців. Віддалена робота передбачає організаціюцифровізацію мерчендайзингу, при якій працівникивиконують всі функціональні обов’язки, не перебуваючи на торговій площадці [1].Автоматизація торговельного процесуполягає упідвищенні попиту на автоматичні, роботизовані рішення для контролю за полицею. Популярним у останні роки сталоавторозпізнавання товарів зреалограми (товарних викладок)[7].

Таким чином, тенденції розвитку мерчендайзингу є досить різноплановими, тому потрібно слідкувати за їх змінами та адекватно використовувати на практиці.

Список літератури:

1. Валерія Міронова. Візуальний мерчендайзинг. Тренди – 2021. [Електронний ресурс] – 2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.retail.ru/articles/vizualnyy-merchandayzing-trendy-2021/>
2. 3 Branded Merchandise Trends for 2020. [Електронний ресурс] – 2020 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rocketbags.co.uk/blog/3-branded-merchandise-trends-for-2020/>
3. Bob Phibbs. 9 New Visual Merchandising Trends For Your Store. [Електронний ресурс] – 2020 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.retaildoc.com/blog/9-new-visual-merchandising-trends-for-your-store>
4. Разумов Дмитро. Типи торгових точок. [Електронний ресурс] – 2019 – Режим доступу до ресурсу: <https://aboutmarketing.info/biznes/typy-torhovykh-tochok/>
5. Характеристика роздрібних торгових підприємств. Типи торгових точок. [Електронний ресурс] – 2001 – Режим доступу до ресурсу: <https://dis.ru/library/524/22104/>
6. Основні формати роздрібної торгівлі. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://commercialproperty.ua/kompanii-obekty/spravochnaya-informatsiya/osnovnye-formaty-rozrichnoy-torgovli/>
7. Способи збільшити прибуток за рахунок викладки. [Електронний ресурс] – 2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://retailer.ru/naskolko-jeffektivn-vash-merchandajzing-sposoby-uvelichit-pribyl-za-schet-vykladki/>
8. Nancy Wagner. New Concepts & Trends in Merchandising. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://smallbusiness.chron.com/new-concepts-trends-merchandising-70678.html>

Данченко В.С.

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Однією з найважливіших проблем залучення іноземних інвестицій у країну, що негативно впливає на одержання як короткострокових, так і довгострокових сприятливих ефектів, вважаються інституційні умови ведення господарської діяльності. На думку переважної більшості інвесторів, аналітиків та експертів, їх характерною рисою є відсутністю гарантій захисту інвестицій, наявністю рейдерських захоплень, бюрократичним тиском, свавіллям судів, корумпованістю усіх гілок влади на кожному етапі створення або функціонування компанії (наприклад, неможливістю одержання земельних ділянок). Падіння довіри до інституту приватної власності різко обмежило обсяг інвестицій, що спрямовуються на технічне переозброєння, а інших механізмів фінансування технічного переозброєння виробництва за останні два десятиліття створено не було. Усе це призвело до негативних наслідків для фінансового ринку та заощаджень населення і звужило можливості інвестиційної політики

держави. Окремо необхідно виділити проблему рейдерських захоплень підприємств, що останнім часом залишається актуальною для нашої держави. Більшість операцій з поглинання в Україні відбуваються з використанням механізму рейдерських атак. [1]

ISDS – це система врегулювання суперечок між інвесторами та державою або система інвестиційних судів – це система, за допомогою якої інвестори можуть подавати до суду на країни за дискримінаційну практику щодо прямих іноземних інвестицій. Нові справи ISDS у 2019 році були порушені проти 36 країн та одного економічного угруповання (ЄС). Колумбія, Мексика, Перу та Іспанія були найчастішими респондентами, у кожній з яких були відомі три випадки. Такі країни як Непал, Сьєрра-Леоне та деякі країни ЄС – зіткнулися з першими відомими претензіями ISDS. Як і в попередні роки, більшість нових справ (80%) було порушено проти країн, що розвиваються, і країн з перехідною економікою. Позивачами як завжди були інвестори з розвинених країн які подали більшість – близько 70 відсотків – із 55 відомих справ у 2019 році. Найбільшу кількість справ подали інвестори зі Сполученого Королівства та Сполучених Штатів, по сім справ кожен. [4]

Українська спілка промисловців та підприємців стверджує, що протягом останніх трьох років жертвами рейдерів стали понад три тисячі підприємств. За іншими джерелами, незаконних атак зазнало близько чотирьох тисяч підприємств. Силовий характер цих процесів значно знижує інвестиційну привабливість України. На сьогодні за оцінками дослідників в Україні діє близько 40-50 професійно підготовлених рейдерських груп, при цьому на ринок активно входять інвестиційні компанії, які займаються рейдерством за кордоном, зокрема в Російській Федерації. У них відпрацьовані рейдерські схеми та наявні великі грошові ресурси. Результативність рейдерських атак – понад 90%. Сума операцій, здійснених рейдерами, становить 3,5 млрд доларів на рік. Отже, об'єктивною необхідністю є розроблення та здійснення державних заходів протидії рейдерству та постійна готовність до раптових рейдерських атак [1,2].

Слабкий захист прав акціонерів, зокрема міноритарних власників, низький рівень корпоративного управління призводять до уповільнення розвитку фондового ринку та стримують як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. Яскравим свідченням цього є статистика: на вітчизняному фондовому ринку обсяг торгів акціями склав лише 3,2% від загального обсягу укладених контрактів у 2019 році. Серед цінних паперів із найбільшим попитом необхідно виділити державні (85% від загального обсягу торгів) та корпоративні облигації (5,6% від загального обсягу). При цьому за підсумками 2019 року загальний обсяг торгів на організованій частині національного фондового ринку скоротився відносно попереднього року майже вдвічі – до 289,2 млрд грн (близько 10,7 млрд доларів США). Для порівняння на Варшавській фондовій біржі, де котируються акції найбільших українського аграрних компаній, за 2019 рік було укладено контрактів на 59,7 млрд євро, на Лондонській фондовій біржі обсяг торгів становив 1,6 трлн євро [3].

В умовах катастрофічного спаду інвестицій в основний капітал і старіння основних фондів зменшуються можливості для подальшого зростання заощаджень, в якому, крім інфляційної складової, враховується суттєвий вплив неадекватної амортизаційної політики. Зростання зношеності основних фондів загострює проблему якісного зростання валових і особливо чистих заощаджень, оскільки, крім відкритої інфляції, в Україні існує прихована інфляція, зумовлена неефективними приватизаційними процесами, які в умовах корупції і тіньової діяльності призводять до заниження вартості основного капіталу різними методами – фіктивним банкрутством, приховуванням прибутків тощо [2, 3].

Список літератури:

1. https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2017_1_253_270.pdf
2. National Institute for strategic studies. (2013). Vyvedennia kapitaliv z Ukrainy: masshtaby ta napriamky zapobihannia [The withdrawal of capital from Ukraine: the scope and direction of prevention]. Kyiv: National Institute for strategic studies [in Ukrainian].
3. Основні макроекономічні показники української економіки [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_en.pdf

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ РОЗПОДІЛЬЧИХ ЦЕНТРІВ «ЧЕТВЕРТОГО ПОКОЛІННЯ» НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ «НОВА ПОШТА»

В останні роки особливо актуальним постає питання глобальної переорієнтації як економіки в цілому, так і окремих її галузей, на технології «Індустрії 4.0». Початково ця концепція була спрямована на створення «розумних фабрик», що передбачає аналіз та використання великих даних (bigdata), нові форми взаємодії людини та комп'ютера, часткову чи повну роботизацію процесів та поширення таких технологій як інтернет речей (IoT) та 3D-друк [1].

Без сумнівів, технології, що дозволяють підвищувати ефективність та знижувати витрати, швидко перейшли в інші галузі економіки, зокрема й у логістику. Так з'явилося четверте покоління розподільчих центрів, або Warehousing 4.0 [2].

Прискорення тренду переходу на ефективніші та більш технологічні розподільчі центри стимулювала пандемія COVID-19, яка призвела до того, щологістичні операторимали швидко задовольнити зростаючий попит споживачів та виробників на доставку товарів.Свій відбиток накладають і глобальні перебої в ланцюгах постачань, коли кожен додатковий день затримки товару на складах може вартувати десятків тисяч доларів.

Згідно зі спільним дослідженням Deloitte та МНІ, вже сьогодні робототехніка в ланцюгах постачань найчастіше використовується саме на розподільчих центрах, зокрема на етапах переміщення, розвантаження та укомплектування товарів [4]. Серед основних технологій Warehousing 4.0 виділяють використання в межах розподільчих центрів нового покоління робототехніки, самокерованих транспортних засобів, доповненої та віртуальної реальностей, 3D принтерів та промислових дронів для доставки на невеликі відстані.Варто зауважити, що згідно з дослідженням DHL, більшість учасників ринку логістики знаходяться на початковій стадії впровадження технологій

четвертого покоління, а повне та всепроникне використання цих новацій передбачене до 2024 року [3].

В цьому контексті варто звернути увагу на вітчизняний логістичний ринок. Беззаперечним лідером на українському ринку доставки є компанія «Нова Пошта». Починаючи з 2018 року, компанія відкрила 4 інноваційні термінали в Києві, Хмельницькому, Львові та Харкові. Значна частина процесів на цих розподільчих центрах є повністю автоматизованою та вимагає лише незначного втручання з боку працівників. Обладнання для інноваційних терміналів виготовляється голландською компанією Vanderlande. Цікаво, що аналогічне обладнання використовується на розподільчих центрах компаній DHL, UPS, TNT, а також низкою аеропортів по всьому світу [5].

Для прикладу, інноваційний розподільчий центр в Києві має площу понад 15 тис. кв. м та здатний обробляти до 50 тисяч посилок на годину. На терміналі використовується технологія автоматичного сканування штрих-кодів на поверхні пакування посилок. Швидкість зчитування сканером становить 3 посилки на секунду. Окрім того, посилки від 1,5 кг та шириною до 1,2 м сортуються на автоматизованих сортувальних стрічках за допомогою спеціальних планок, що зіштовхують посилку в окремі відгалуження сортувальної лінії в залежності від напрямку доставки [6].

Варто зауважити, що деякі посилки можуть проходити термінал менш ніж за годину та без жодного втручання з боку працівників: вивантаження та завантаження відправлень у вантажівки відбувається також автоматично, за допомогою телескопічних конвеєрів.

З економічної точки зору, компанія отримала низку вигод від інвестування в сучасні розподільчі центри, зокрема за 2020 рік інноваційний термінал в Києві дозволив обробити на 30% більше відправлень, у порівнянні з попереднім роком та значно пришвидшити процес доставки. В один лише Київський інноваційний термінал Нова Пошта інвестувала понад 15 млн доларів [6].

Автоматизований розподільчий центр має також компанія Rozetka, що є лідером сегменту e-commerce в Україні. Склад має 9 пакувальних ліній, 4

високошвидкісні конвеєри, автоматичну зону зважування та зчитування штрих-кодів. У результаті, система може обробити понад 15000 замовлень на годину.

Тезу про те, що технології Warehousing 4.0 на вітчизняному ринку будуть запроваджені в найближчі роки, підтверджує й інший поштовий оператор – «Укрпошта». Восени 2020 року компанія залучила близько 100 млн євро інвестицій від ЄБРР та ЄІБ на будівництво семи автоматизованих сортувальних центрів та перебудову логістичної мережі. У вересні 2021 року компанія підписала угоду про будівництво автоматизованих сортувальних центрів у Київській та Львівській областях [7].

Отже, четверте покоління розподільчих центрів надає низку переваг, зокрема пришвидшення темпів опрацювання замовлень та доставки, можливість економії на людських ресурсах через значний рівень автоматизації, зменшення помилок при розподілі вантажів та багато інших. Оцінивши переваги, ключові українські логістичні оператори, як і їх міжнародні конкуренти, вже інвестували десятки мільйонів доларів в перехід на інноваційні методи обробки та складування посилок.

Список літератури:

1. Україна 2030e — Країна з Розвинутою Цифровою Економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (Дата звернення: 12.11.2021)
2. Industry 4.0 and distribution centers Deloitte. Deloitte. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/3294_industry-4-0-distribution-centers/DUP_Industry-4-0-distribution-centers.pdf (Дата звернення: 12.11.2021)
3. Warehousing 4.0: The Age of the Smart DC DHL. DHL. URL: https://www.dhl.com/content/dam/dhl/global/dhl-supply-chain/documents/pdf/SCI_Warehousing-4-Brief.pdf (Дата звернення: 12.11.2021)
4. The 2021 MHI Annual Industry Report Deloitte and MHI. 2021. URL: <https://www.mhi.org/publications/report> (Дата звернення: 12.11.2021)
5. Warehousing References. Vanderlande. URL: <https://www.vanderlande.com/us/references/> (Дата звернення: 12.11.2021)
6. Нова пошта запустила другу чергу Київського інноваційного терміналу. URL: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/8213> (Дата звернення: 12.11.2021)
7. Укрпошта розпочинає будівництво першого логістично-сортувального центру у рамках угоди з ЄБРР та ЄІБ. URL: <https://mtu.gov.ua/news/33050.html> (Дата звернення: 12.11.2021)

РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ТУРЕЧЧИНИ З УКРАЇНОЮ

Динамічний розвиток сучасного стану торговельної діяльності між державами вказує на потребу оцінки ефективності стану та векторів розвитку торговельної політики держав. В останній час значно зростає увага до стану та векторів розвитку торговельно-економічного співробітництва Туреччини з Україною. Динаміка торговельно-економічного співробітництва Туреччини з Україною узагальнена в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка торговельно-економічного співробітництва Туреччини з Україною, млрд. дол. США [1-2]

Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	8 міс. 2021 р.	Абсолютне відхилення	Темп при- росту, %
Експорт до Туреччини, млрд. дол. США	2,05	2,52	2,35	2,62	2,44	2,40	0,35	17,19
Імпорт з Туреччини, млрд. дол. США	1,10	1,26	1,71	2,36	2,42	1,95	0,85	77,22
Сальдо торгівлі з Туреччиною, млрд. дол. США	0,95	1,26	0,64	0,26	0,02	0,45	-0,50	-52,20
Експорт, млрд. дол. США	36,36	43,26	47,33	50,05	49,19	41,79	5,43	14,92
Імпорт, млрд. дол. США	39,25	49,61	57,19	60,80	54,34	43,52	4,27	10,88
ВВП України, млрд. дол. США	93,27	112,15	130,83	153,78	155,58	x	x	x
Експортна квота торгівлі з Туреччиною, %	2,20	2,25	1,80	1,70	1,57	x	x	x
Імпортна квота торгівлі з Туреччиною, %	1,18	1,13	1,31	1,53	1,55	x	x	x
Частка експорту до Туреччини, %	5,64	5,82	4,97	5,23	4,95	5,75	0,11	1,97
Частка імпорту до Туреччини, %	2,80	2,55	3,00	3,87	4,45	4,47	1,67	59,84

Частка експорту України до Туреччини зросла з 5,64% до 5,75% (на 0,11%), а частка імпорту до Туреччини – відповідно з 2,80 % до 4,47% (тобто на 1,67%), що є індикатором активізації двох стороннього співробітництва між державами.

Динаміка торговельно-економічного співробітництва Туреччини з Україною вказує, що на фоні росту загального експорту України на 5,43 млрд.

дол. США (на 14,92%), в той же час експорт з України до Туреччини також мав тренд до росту на 0,35 млрд. дол. США (на 17,19%). Аналіз імпорتنих потоків вказує на їх зростання в Україну загалом на 4,27 млрд. дол. США (на 10,88%), а імпорт до України з Туреччини зріс на 0,85 млрд. дол. США (на 77,22%), тобто загалом імпортна взаємодія була в рази більш динамічна з даною країною у України за останні 6 років. Сальдо торговельного співробітництва Туреччини з Україною у 2016 р. – 8 міс. 2021 р. було стабільно позитивним, тобто експорт з України до Туреччини завжди був більше імпорту, проте загалом сальдо торгівлі скоротилося на 0,50 млрд. дол. США (на 52,20%).

Експортна квота торгівлі з Туреччиною мала тренд на скорочення на 0,63%, а імпортна – зростала на 0,37%, що вказує на тренди зростання важливості торговельної взаємодії Туреччини з Україною.

Аналіз стану торговельно-економічного співробітництва Туреччини з Україною вказує на активізацію торговельної діяльності, в тому числі з використанням двох сторонніх державних та галузевих договорів, оскільки торговельна взаємодія в даний час між державами не має системного вектору розвитку та стратегії формування торговельних пріоритетів на основі міжнародної спеціалізації та кооперування.

Список літератури:

1. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. <https://turkey.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/565-torgovelyno-jekonomichne-spivrobitnictvo-mizh-ukrajinoju-i-turechchinoju>

Камінська Л.В.

ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19

На сьогодні глобальною темою для численних дискусій є питання впливу світової пандемії COVID-19 на усі сфери економіки та її наслідків для світового господарства. Не винятком є і рушійний вплив пандемії на логістичні процеси сільськогосподарської продукції, що робить тему актуальною для дослідження, враховуючи великий агропромисловий потенціал України.

Пандемія COVID-19 завдала безпрецедентного навантаження на ланцюги постачання продуктів харчування, одночасно вплинувши на сільськогосподарське виробництво, переробку харчових продуктів, транспорт і логістику, а також кінцевий попит. Більшість таких збоїв є результатом політики, прийнятої для стримування поширення вірусу. Однак ланцюги постачання харчових продуктів продемонстрували надзвичайну стійкість проти цих стресів.

Учасники на ринку сільськогосподарської продукції зробили важливі кроки, щоб адаптуватися до COVID-19[1]:

1) по-перше, збільшили робочий час на фабриках і найняли додаткових працівників;

2) по-друге, скоротили різноманітність різних продуктів, щоб зосередитися лише на найпопулярніших;

3) по-третє, знайшли альтернативні джерела поставок, зіткнувшись із перебоями.

Учасники ланцюга поставок також розширили використання нових методів доставки, таких як послуги «Click and Collect» та онлайн-продаж. Фермери почали використовувати цифрові технології та платформи, щоб продавати свою продукцію безпосередньо споживачам. Ресторани перейшли на надання послуг на виніс та доставку, а деякі пропонують такі послуги, як продаж наборів їжі, а не готової їжі.

Варто зазначити появу абсолютно нового попиту на транспортні послуги, що в свою чергу впливає на ланцюжки поставок вітчизняних агропромислових товарів. На ринку сільськогосподарської продукції за останні роки відбулося збільшення потоку сільськогосподарських товарів залізничним та автомобільним транспортом, через зменшення попиту на транспортну логістику з інших секторів національної економіки [2], [3].

Окрім того, актуальним залишився і попит на рослинництво та тваринництво, навіть під час пандемії. За правилами економіки, коли збільшується попит, а пропозицій на ринку мало, відбувається зростання вартості продукції. На формування цін на сільськогосподарські товари на світовому ринку впливають не лише карантинні вимоги, але й зміна клімату, що призводить до

територіальної засухи землі. Таким чином, за даними експертів Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) [4], світовий індекс цін на рослинну олію піднявся на майже 6%. Це перше велике підняття ціни за останні 9 років. Візьмемо до уваги також збільшення ціни на цукор –8,1% в порівнні з груднем 2020 року; молочні товари на 1,6%; м'ясо на 1%.

Поступовому відновленню логістики сприяли політичні рішення. Довгі черги на кордонах швидко зменшувалися у відповідь на заходи, вжиті політиками, наприклад, такі як створення «зелених смуг» на прикордонних переходах всередині ЄС, де загальний час, витрачений на перетин кордону, тепер не повинен перевищувати 15 хвилин. Хоча нові обмеження, що обмежують кількість водіїв у транспортному засобі, були необхідні, країни-члени ЄС призупинили інші обмеження (наприклад, заборону їздити вночі або їздити у вихідні дні). Політики також спростили процедури сертифікації (наприклад, дозволивши сканувати копії або електронні підписи) та пом'якшили правила торгівлі харчовими продуктами (наприклад, деякі вимоги до маркування)[1].

Отже, як бачимо, транспортна логістика відіграє велику роль в ланцюгах поставок сільськогосподарських товарів. Позитивним фактом є наявність великої розгалуженості логістичної мережі, яка включає стійку до глобальних змін систему постачання стратегічних продуктів. Крім того, якщо в усіх секторах економіки відбувся колапс і зниження транспортних послуг, то на сільськогосподарському секторі стався стрибок в попиті. Незважаючи на те, що наслідки COVID-19 все ще розкриваються, досвід показує важливість відкритого міжнародного торговельного середовища для забезпечення того, щоб продовольство могло переміщуватися туди, де це необхідно. Тому сільськогосподарська логістика залишається актуальною темою для дослідження, особливо під час світових криз.

Список літератури:

1. Food Supply Chains and COVID-19: Impacts and Policy Lessons [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/food-supply-chains-and-covid-19-impacts-and-policy-lessons-71b57aea/#section-d1e485>.
2. Транспорт: фактори відновлення галузі та прогноз , [Електронний ресурс] - <https://ua.news/ua/transport-factory-vosstanovlenyya-otrasly-y-prognoz/>

3. Зростання сільськогосподарського виробництва: чи справдилися прогнози аграріїв, [Електронний ресурс] - <https://ua.news/ua/rost-selskohozyajstvennogo-proyvodstva-opravdalys-ly-prognozy-agraryev/>

4. Причини зростання цін на продукти харчування в Україні, [Електронний ресурс] - <https://agropolit.com/spetsproekty/868-prichini-zrostannya-tsin-na-produkti-harchuvannya-v-ukrayini>

Камсюк А.С.

ПРОБЛЕМА ВОДОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ІНТЕГРОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ВОДНИМИ РЕСУРСАМИ

Вода має вирішальне значення для сталого економічного розвитку країни, збереження здорових екосистем, а також є життєво важливою для здоров'я, добробуту та продуктивності населення.

По відношенню до використання водних ресурсів учасників можна умовно розділити на дві групи. До першої групи належать водоспоживачі – підприємства, які мають технічні засоби для вилучення води та право на здійснення такої діяльності, надане компетентним органом. Друга група – водокористувачі – це підприємства, які не збирають воду з водного об'єкта, але потребують її для своєї виробничої діяльності [1].

Вода є обмеженим і незамінним ресурсом. Його можна поновити лише за умови належного управління. Сьогодні понад 1,7 мільярда людей живуть у річкових басейнах, де виснаження внаслідок незбалансованого використання перевищує природне поповнення. Така тенденція веде до того, що до 2025 року дві третини світового населення проживатимуть у країнах із дефіцитом води. Нестача водних ресурсів та їх неналежна якість може стати серйозною перешкодою для сталого розвитку національних господарств. Однак при ефективному управлінні вода може відігравати ключову роль у зміцненні стійкості соціальних, економічних та екологічних систем на тлі швидких і непередбачуваних змін.

Сільське господарство є найбільшим споживачем води в усьому світі, на нього припадає 70% забору води у всьому світі. Промисловість та енергетика разом забезпечують 19% потреби у воді. На побутовий сектор припадає 11% загального водокористування [2]. Не зважаючи на це, 748 мільйонів людей

залишаються без доступу до стабільного та якісного джерела води, а 2,5 мільярда залишаються без доступу до належних санітарних умов.

Існують великі відмінності в доступності води від регіону до регіону. Крім того, існує мінливість джерел води в часі внаслідок сезонних коливань. Дуже часто величина мінливості, а також час і тривалість періодів високої та низької пропозиції не є передбачуваними. Така ненадійність водних ресурсів стає перешкодою для розвитку та господарської діяльності як країни, так і суспільства в цілому. Крім проблем кількості води, існує також питання якості води. Забруднення водних джерел створює великі проблеми для водокористувачів та природних екосистем.

У багатьох регіонах на доступність води як за кількістю, так і за якістю сильно впливають кліматичні зміни, з більшою чи меншою кількістю опадів у різних регіонах та більш екстремальними погодними явищами. У багатьох регіонах попит також збільшується в результаті зростання кількості населення та урбанізації, а також розвитку сільського господарства та промисловості внаслідок змін у структурі споживання та виробництва. Як наслідок, деякі регіони зараз перебувають у стані постійного попиту, який випереджає пропозицію, а в багатьох інших регіонах спостерігаються критичні періоди року або роки низької доступності води.

Вода є ключовою рушійною силою економічного та соціального розвитку, водночас вона виконує основну функцію у підтримці цілісності природного середовища. Такі чинники, як демографічні та кліматичні зміни, ще більше посилюють навантаження на водні ресурси. Через це набув значення більш цілісний підхід до управління водними ресурсами. Такий підхід називається інтегрованим управлінням водними ресурсами (ІУВР) [3], який зараз визнаний на міжнародному рівні як шлях до ефективної координації обмеженими водними ресурсами світу.

Інтегроване управління водними ресурсами – це система управління, заснована на обліку всіх видів водних ресурсів (поверхневих, підземних та поворотних вод), яка пов'язує інтереси різних галузей та рівні ієрархії водокористування, залучає всі зацікавлені сторони до прийняття рішень, сприяє ефективному використанню водних ресурсів на користь сталого забезпечення

потреб природи та суспільства у воді. ІУВР використовує економічні інструменти спільно з адміністративними заходами та методами соціальної мотивації [4].

Економічні інструменти створюють фінансові стимули до економного водокористування та зниження ступеня забруднення водних ресурсів. Вони включають не тільки різні платежі водокористувачів до державних бюджетів або екологічних фондів за використання водних ресурсів та їх забруднення, але й припускають методи заохочення екологічно відповідальної поведінки водокористувачів з боку держави. Ці інструменти створюють стимули для зміни поведінки водокористувачів та впливають на їх пріоритети, підвищують доходи бюджетів, забезпечуючи тим самим фінансування необхідних державних заходів. Водночас економічні інструменти не замінюють, а доповнюють собою інші інструменти управління водними ресурсами: облік та контроль водокористування, моніторинг стану водних об'єктів, контроль забруднення навколишнього середовища тощо.

Список літератури:

1. Савіна Н. Б. Формування водогосподарського комплексу у складі національної економіки на основі функціонального підходу [Електронний ресурс] / Н. Б. Савіна, Н. Е. Ковшун // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://e-visnyk.dniprondise.in.ua/journals/5-11-2017_1/14.pdf.
2. The United Nations world water development report 2019: leaving no one behind [Електронний ресурс] // Всесвітня програма ЮНЕСКО з оцінки водних ресурсів. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367306/PDF/367306eng.pdf.multi>.
3. Integrated Water Resources Management [Електронний ресурс] // WORLD WATER COUNCIL. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://www.iucn.org/downloads/iwrm_a_new_way_forward_1.pdf.
4. Incentive-Based Instruments for Water Management [Електронний ресурс] // Foundation Center, The Rockefeller Foundation, Pacific Institute. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://pacinst.org/wp-content/uploads/2016/02/issuelab_23697.pdf.

Климків А.В.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ДЕТЕРМІНАНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Висока інноваційна активність товаровиробників та інноваційний розвиток країни загалом неможливі без сприятливого інвестиційного клімату. Сьогодні саме інвестиції у інновації є пріоритетним напрямком для багатьох країн. Маркетинг є ключовим інструментом для представлення інноваційних продуктів сучасному

конкурентоспроможному ринку, а особливо у розрізі залучення інвестицій шляхом обґрунтування комерційної спроможності того чи іншого інноваційного проекту.

Практики визначають інвестиційний маркетинг як інструмент формування сприятливого ринкового середовища та як комплексну програмну діяльність, що спрямована на знаходження оптимальних рішень у сфері розвитку та інвестицій, зокрема у інновації. Особливості маркетингу в інвестиційній діяльності досліджували В. Герасимчук [1], С. Ілляшенко [2], І. Мазур [3], О. Пісоцька [4], М. Акулич [5], В. Зімін [6] та ін. Спільним баченням вищезазначених фахівців є те, що метою цього виду маркетингу є застосування маркетингових прийомів для активізації інвестиційного процесу та підвищення конкурентоспроможності.

Інвестиційний маркетинг відрізняється від класичного маркетингу своїм розумінням свободи ринкових відносин в обставинах глобалізації ринків і економік (див. табл. 1). Інноваційна діяльність може демонструвати набагато більшу ефективність при сприянні їй інвестиційного маркетингу, зважаючи на його особливості, а саме динамічність і гнучкість, що допомагає ефективно протистояти конкурентам і використовувати наявні у компанії ресурси. Це робить можливим формування диверсифікованого інвестиційного портфелю та його використання в різних інвестиційних напрямках, від невеликих портфельних інвестицій у розвиток до фінансування амбітних інноваційних проектів.

Таблиця 1. Співставлення деяких управлінських стратегій інвестиційного та класичного маркетингу [7, ст.185-189]

Управлінські стратегії класичного маркетингу	Управлінські стратегії інвестиційного маркетингу
Стратегія виділення бюджету компанії для виконання маркетингового плану – орієнтація на витратну політику маркетингової діяльності	Стратегія пошуку коштів для освоєння інвестиційно-маркетингового проекту – орієнтація на інвестиційну політику маркетингової діяльності
Стратегія створення та реалізації маркетингового плану	Стратегія розробки і впровадження інвестиційно-маркетингового проекту
Стратегія отримання більшого неструктурованого масиву маркетингової діяльності – орієнтація на формування бази даних	Стратегія отримання маркетингової інформації для актуалізації інвестиційного процесу – орієнтація на створення баз даних
Стратегія контролю за витратами маркетингового бюджету – орієнтація на збільшення маркетингових активів	Стратегія обліку і аналізу інвестиційної діяльності – орієнтація на оптимізацію активів маркетингу
Стратегія адміністративної оцінки бюджетно-маркетингових витрат – орієнтація на коригування цілей	Стратегія маркетингової оцінки вартості освоєних коштів – орієнтація на розширення можливостей інвестиційного проекту

Критично важливим поєднання маркетингу, інновацій та інвестицій є в умовах сучасної економіки, де головним показником конкурентоспроможності компанії є введення у виробництво продукції інноваційних технологій або створення абсолютно нових товарів чи послуг [8, ст. 16-18].

Для кращого практичного розуміння поняття інвестиційного маркетингу варто розглянути маркетинг як елемент інвестиційного проекту, зокрема з точки зору:

- *позиціонування*. Успішність інноваційного продукту часто залежить від якісного його представлення на ринку, презентації його ключових властивостей та конкурентних переваг.

- *політики ціноутворення*. Визначення ціни на інноваційний продукт чи послугу є часто спірним питанням, яке потребує ретельного маркетингового дослідження.

- *просування*. На сучасному динамічному ринку інновацій стратегія просування продукту є критично важливою для успіху.

Крім цього, для обґрунтування доцільності застосування інноваційних заходів також необхідно проводити цільові маркетингові дослідження із застосування новітніх методичних прийомів опитування, спостережень, експертних оцінок, фокус-груп, асоціативних та проєкційних методів тощо [9, ст. 141-145].

Отже, маркетинг відіграє важливу роль в обґрунтуванні інвестиційного проекту, зокрема з позиції особливостей ринку інновацій та реалізації інноваційного проекту. Він дозволяє визначити механізм досягнення запланованих цілей чи обсягу продажів і прибутку підприємства за допомогою заходів маркетингу. Завдяки використанню маркетингу в своїй інвестиційній діяльності компанії можуть досягати максимізації свого прибутку, зростання частки займаного ними ринку, а також збільшення обсягу своїх вкладень (інвестицій) в розвиток.

Список літератури:

1. Концепція соціально-етичного маркетингу: добробут споживача та суспільства // Маркетингові аспекти управління інноваційним розвитком: монографія / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2014, с. 373-392.

2. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань / С. М. Ілляшенко. Харків: ТОВ «Діса плюс», 2016. 192 с.
3. Мазур І.І., Шапиро В.Д., Ольдерогте Н.Г. Управление проектами: Учеб. пособие / Под общ. ред. И.И. Мазура. – 2-е изд. – М.: Омега – Л, 2004. – 664 с.
4. Пісоцька О.В. Маркетинг послуг: навч. посіб. / Є.В. Пісоцька. - СПб.: Пітер, 2000. - 160 с.
5. Акулич М. В. Инвестиционный маркетинг - выход на новый уровень бизнеса / М. В. Акулич // Маркетинг : идеи и технологии. - 2015. - № 10. – ст. 37.
6. Зимин В.А. Инвестиционный маркетинг как инновационная деловая услуга [Электронный ресурс] // Консультант. Практический журнал для финансового руководителя. – 2014. - Режим доступа: <http://www.buhgalteria.ru/article/n126425>
7. Гранін А.Н. Маркетинг інвестицій / А. Н. Гранін // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. - 2013. - № 1. - С. 185-189. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drep_2013_1_39.pdf
8. Бетіна Ю. О. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу / Ю. О. Бетіна ; наук. кер. О. І. Хоменко // Тези доповідей VI Всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів «Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління» : 5 квітня 2019 р., м. Київ. – Київ : КНУТД, 2019.
9. Звягінцева О. Б. Механізм формування та впровадження інноваційного маркетингу підприємств / О. Б. Звягінцева, В. В. Гришов // Облік і фінанси. - 2012. - № 3. - С. 141-145. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2012_3_29.

Коновальченко А.В.

СТАЛИЙ МАРКЕТИНГ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Сталий маркетинг є відносно новим типом маркетингу, що має на меті стимулювання використання товарів та послуг, які не шкодять довкіллю та сприяють соціальному розвитку. Головною його метою є підвищення якості життя споживачів шляхом просування продуктів, послуг та ідей, які «дружні» до Планети [1]. За статистикою, перехід до сталості допомагає бізнесам підвищити: дохід від продажів на 20%, задоволеність клієнтів на 10%, продуктивність на 13% та знизити плинність кадрів на 50% [2].

Коли компанії переходять на засади сталості у створенні та реалізації маркетингових стратегій, вони стимулюють своїх клієнтів ставати більш відповідальними за власне здоров'я та стан довкілля. Натомість отримують краще бачення власних брендів, підтримку через державні екологічні програми, більше клієнтів та зростання ціннісного пропонування компанії як роботодавця на закордонних ринках. При цьому, дотримуючись концепції сталого маркетингу, компанії сприяють ефективному та стабільному функціонуванню системи

маркетингу [3]. Доцільно виокремити суттєві особливості сучасного сталого маркетингу у міжнародному бізнесі.

По-перше, це почуття місії: компанія повинна визначати місію у широких соціальних термінах, а не тільки у вузькому баченні свого продукту. При цьому переваги отримують одразу всі: співробітники, бренди та споживачі. Також цей тип маркетингу передбачає, що бізнеси повинні бути як соціально відповідальними, так і прибутковими.

По-друге, орієнтованість на споживача: бізнес створює товар та вибудовує маркетингову діяльність з точки зору зарубіжного споживача. Тільки розуміючи світ очима своїх клієнтів, компанія може створити постійні та стійкі відносини із зарубіжними споживачами.

По-третє, інноваційність- бізнес повинен безперестанно вдосконалюватися та бути більш відповідальним, мати у своїй корпоративній культурі чіткі орієнтири на виконання Цілей сталого розвитку ООН. Складовою сталого розвитку є соціальна- необхідність враховувати інтереси зарубіжних споживачів, бізнесів та суспільства [4].

У світі стає все більше компаній, які переходять на засади сталого маркетингу та стають лідерами сталого розвитку. Так, у 2021 році за версією Corporate Knights Global 100 Index (серед 8080 опитаних компаній, які вказали більше 1 млрд доларів річного фінансового обороту), такими лідерами стали 5 компаній, що було визнано і на Світовому Економічному Форумі у Давосі (Табл.1).

Таблиця 1

Топ-5 сталих компаній світу [5]

Компанія	Індустрія	Країна
Schneider Electric SE	Енергетика	Франція
Orsted A/S	Енергетика	Данія
Banco do Brasil SA	Банк	Бразилія
Neste Oyj	Нафтопереробка	Фінляндія
Stantec Inc.	Дизайн, консалтинг	Канада

Лідер рейтингу, Schneider Electric підтримує своїх клієнтів у досягненні вибраних ними Цілей сталого розвитку ООН за допомогою цифрових інновацій та сучасних управлінських та технологічних рішень. З 2018 року компанія допомогла своїм клієнтам заощадити та уникнути 302 млн тонн викидів CO₂.

Schneider активно співпрацює з урядами країн свого розташування. Так, всі цільові країни компанії визначили та встановили Цілі сталого розвитку до 2025 року, які Schneider Electric дав зобов'язання підтримувати. Серед важливих впроваджень компанії слід назвати: використання екологічно-чистого пакування, забезпечення доступу 50 млн. користувачів до зеленої енергії, використання екологічно чистих матеріалів у виробництві, допомога клієнтам в питаннях нормалізації енерговитрат та зниження викидів карбону [5].

Авторське дослідження практики сталого маркетингу у міжнародному бізнесі показало, що використання цієї концепції, за умови вибору правильної стратегії маркетингу і використання адекватних інструментів, дозволяє збільшити прибуток та покращити міжнародну репутацію компанії. Важливо знати про найкращі кейси сталого маркетингу, а також відслідковувати глобальні тенденції і світових лідерів сталості.

Список літератури:

1. What Does “Sustainability” Mean In Business? [Електронний ресурс] – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-sustainability-in-business>
2. Why measuring the true ROI of sustainability is essential to companies achieving meaningful change [Електронний ресурс] – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://simply-sustainable.co.uk/insights/why-measuring-the-true-roi-of-sustainability-is-essential-to-companies-achieving-meaningful-change>
3. What Is Sustainable Marketing And Who Are The Key Players? [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://totempool.com/blog/sustainable-marketing/>.
4. What Is Sustainable Marketing And How Should You Use It? [Електронний ресурс] - 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-positioning/sustainable-marketing-how-should-you-use-it/>
5. The World’s 50 Most Sustainable Companies in 2021 [Електронний ресурс] - 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://earth.org/worlds-most-sustainable-companies-in-2021/>.
6. Schneider Electric Moves Forward With Its Sustainability Impact Targets, Mobilizing Support From Employees, Partners And Customers [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.se.com/ww/en/about-us/newsroom/news/press-releases/schneider-electric-moves-forward-with-its-sustainability-impact-targets-mobilizing-support-from-employees-partners-and-customers-6102cd836d23856e0e70bd04>.

НАПРЯМИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

У сучасному світі, де конкуренція між аудиторськими компаніями стає більш інтенсивною, ключовим фактором, що може стати ключовим в досягненні успіху компанією є діджиталізація. Діджиталізація це одна з основних тенденцій, що змінюють суспільство та бізнес у найближчій перспективі. Вплив діджиталізації на ринок аудиторських послуг можна порівняти промисловою революцією.

На сьогоднішній день питання діджиталізації займає досить значну роль в сучасному світі. Однак, опубліковано дуже мало наукових досліджень щодо діджитал-трансформації, оскільки більшість опублікованих робіт пов'язана з оцифруванням інформації, а не з трансформацією організації чи можливістю використовувати цифрові засоби в організації. Питання впливу діджиталізації на сучасні бізнес-процеси та впровадження новітніх висвітлювали в своїх роботах українські та зарубіжні фахівці, зокрема: Эль-Смайлі Д., Ляшенко Г. П., Моткалюк Р. В., Грибіненко О.М., Гуренко А.В., Крейс Д., Бреннен С., Літл А., та Конвей П.

Діджиталізація - це глибока трансформація компанії, що передбачає використання цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності компанії і поліпшення досвіду взаємодії з клієнтами. Діджиталізація відкриває різноманітні можливості для зміни бізнес-моделей та ланцюгів створення вартості, щоб задовольнити постійно зростаючі вимоги клієнтів та пропонувати послуги швидше, розумніше та ефективніше. Компанії все частіше стикаються з проблемами, які викликаються зовнішніми вимогами нових клієнтів або технологічними тенденціями, такими як Інтернет речей (IoT), глибоке навчання (DL), інформація (IoE) або кіберфізичні системи (Індустрія 4.0) [6]. Нехтування діджиталізацією може створити ризик програшу на таких висококонкурентних ринках, як ринок аудиторських послуг. Діджиталізація може вплинути на все робоче середовище та внутрішнє функціонування компанії.

Діджиталізація також може принести нові можливості для бізнесу, змінити ролі операторів у ланцюжку створення вартості та припинити існуючий бізнес [5].

Таким чином, вплив діджиталізації та її цілі для організації можна визначити з трьох різних точок зору (Рис. 1):

- Внутрішня ефективність - покращений спосіб роботи за допомогою цифрових засобів та перепланування внутрішніх процесів;
- Зовнішні можливості - нові можливості для бізнесу в існуючій сфері бізнесу (нові послуги, нові клієнти тощо);
- Абсолютна зміна - діджиталізація повністю змінює бізнес-ролі компанії [1].



Рис. 1. Вплив процесу діджиталізації на організацію [1]

У зв'язку зі зміною парадигми діджиталізація повинна ефективно використовуватися як інструмент отримання та обробки інформації. Діджиталізація тягне за собою як можливості, так і виклики для аудиторської професії, і оскільки діджиталізація є постійними змінами, наслідки діджиталізації є безперервними. За допомогою цього інструменту створюються нові технології та методи обробки інформації, необхідні в глобальному суспільстві. Коли вони використовуються як інструмент, діджиталізація та ІТ забезпечують безсумнівну силу в аудиторській професії. Прориви в ІТ впливають на очікування та роль аудитора загалом. За рахунок цих нових інструментів від аудитора очікується більший рівень ІТ-навичок. Методи роботи аудиторів не сильно змінилися, проте

документація та комунікація, як вважається, полегшуються завдяки діджиталізації. Крім того, ефективність і довіра до роботи аудитора підвищується завдяки використанню цифрової інформації, що впливає на їхні методи роботи. Незабаром аудиторська професія буде повністю покладатися на цифрову інформацію, а також на методи роботи [3].

В аудиторській діяльності розвиток маркетингових стратегій проходить в 3 напрямках: внутрішній маркетинг, зовнішній маркетинг та маркетинг взаємодії. Так як в аудиті немає високовартісних продуктів та високотехнологічних розробок, відповідно найбільш цінним продуктом є знання спеціалістів. Тому найбільшу увагу підприємство приділяє такому інструменту, як внутрішній маркетинг. Загалом, ринок аудиту залежить від економічної ситуації в країні [4].

Вплив діджиталізації на методи роботи аудиторів більш помітний, ніж на інструменти. Це здебільшого тому, що професія стає повністю цифровою, що призводить до більш гнучких методів роботи. Однак гнучкість також призводить до негативного побічного ефекту. За рахунок підвищеної гнучкості знижується взаємодія з клієнтом аудиту. Щоб мати можливість адаптуватися, змінилися інструменти та методи роботи, підкреслюється динамічний ринок праці та підвищення компетентності.

Список літератури:

1. International Journal of Information Systems and Project Management / P.Parviainen, M. Tihinen, J. Kääriäinen, S. Teppola. // 1. – 2017. – №5. – С. 69–82.
2. Conway P. Overview: Rationale for Digitization and Preservation [Електронний ресурс] / Paul Conway. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://hdl.handle.net/2027.42/111828>
3. Karlsen A. The effects of digitalization on auditors' tools and working methods / A. Karlsen, M. Wallberg. – 2017. – С. 20.
4. European Court of Auditors. Big Data&Digital audit / European Court of Auditors, M. Wallberg. // 1. – 2020. – С. 33–34.
5. C. Degryse, "Digitalisation of the economy and its impact on labour markets," Working paper 2016.02, Published by the European Trade Union Institute (ETUI), 2016.
6. E. Henriette, F. Mondher and I. Boughzala, "The Shape of Digital Transformation: A Systematic Literature Review," in Ninth Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS), Samos, Greece, 2015.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Події, що відбулись в 2020 р. стали катализатором цифрової трансформації клієнтського сервісу, банківських операцій та послуг. Завдання із адаптації бізнесу й трансформації послуг до нових умов набуло пріоритетного значення абсолютно для усіх банків, незалежно від рівня їхньої цифровізації.

Метою роботи виступає дослідження впливу пандемії коронавірусу на міжнародний ринок банківських послуг.

В 2020 р. пандемія коронавірусу наочно продемонструвала необхідність прискорення цифрової трансформації банківської галузі. Однак для збереження стійкості в епоху змін та запобігання потенційним проблемам у майбутньому банківська галузь повинна адаптувати свої бізнес-моделі як для клієнтських, так й для внутрішніх операцій. Впровадження новітніх технологій, включаючи блокчейн, хмарні обчислення та Інтернет речей, є основою справжньої цифрової трансформації банківської галузі.

За даними AppDynamics, 85% споживачів у світі використовують мобільний банк для управління фінансами у своїй повсякденній діяльності, при цьому 43% стверджують, що додатки банків відіграють найважливішу роль у вирішенні щоденних питань, поступаючись лише соціальним мережам [1].

Цифрова трансформація банківської сфери в першу чергу спрямована на задоволення запитів клієнтів та краще розуміння їхніх потреб. І саме це передбачає регулярне впровадження інноваційних технологій з метою вдосконалення існуючих моделей та підвищення ефективності бізнесу. Застосування досягнень ІТ розширює клієнтську базу за рахунок майже повсюдної та цілодобової доступності до банківських послуг.

За результатами дослідження CornerstoneAdvisor, близько 80% керівників банків визначають явище диджиталізації як «інтеграцію цифрових технологій у всі галузі, котра докорінно змінює методи роботи та надання послуг, а також зміну культури, яка дає виклик існуючому стану речей» [2].

Найбільші компанії світу, так звана цифроеліта, знаходяться в процесі кардинальної перебудови бізнесу на базі інновацій. Експерти KPMG назвали найбільш затребуваними технологіями у банківській сфері штучний інтелект (72%), BigData та передиктивну аналітику (61%), роботизацію (56%), машинне навчання та чат-боти (56%), а також оптичне розпізнавання (44%) [3].

Цифровізація продуктів та послуг, що надаються, призвела до становлення цифрового банкінгу – способу інформаційної та операційної взаємодії з клієнтами через web-ресурси, що дозволяє забезпечити дистанційне керування рахунками та картами. Сьогодні вже всі вітчизняні банки впровадили системи банкінгу у свої процеси, що дозволяє клієнтам, не виходячи з дому, здійснювати базові операції: оплату товарів/послуг, грошові перекази, отримання довідок та виписок, оформлення кредитів, відкриття/закриття рахунків і т.д.

Впровадження нових технологій веде світ цифрових продуктів банків до того, що вони передбачатимуть дії клієнта та допомагатимуть йому у повсякденному житті, підлаштовуючись під його вимоги та звички. Фінансова інфраструктура в умовах цифрової епохи включає декілька пріоритетних елементів: Систему швидких платежів, єдину систему ідентифікації та аутентифікації (ЕСІА), у тому числі з використанням біометрії, фінансового маркетплейсу та блокчейн-платформи.

В умовах сьогодення кількість філій банків знижується, оскільки чимало послуг перейшли у сферу онлайн-сервісів. Згідно з новим дослідженням BostonConsultingGroup (BCG), пандемія коронавірусу прискорила цифрову трансформацію у сфері роздрібного банківського обслуговування, і через масовий перехід в онлайн 24% клієнтів планують менше користуватися послугами відділень банку або навіть повністю від них відмовитися [4].

У таких реаліях банківським установам важливо інвестувати в технології, що забезпечують прозорість і контроль над цифровими послугами. Вперше в історії лояльність до мобільних програм стала означати лояльність до бренду, а самі додатки як найзручніший канал взаємодії стали необхідною основою успішного обслуговування клієнтів банку. Дослідження AppDynamics показує,

що у випадку збоїв 49% користувачів підуть до конкурентів, навіть не звернувшись до служби підтримки. Це виключає для компанії можливість вирішити проблеми, виправити недоліки та відновити лояльність клієнтів. Більше того, негативний досвід підштовхує 63% споживачів наполегливо не рекомендувати друзям та знайомим послуги того бренду, який залишив після себе негативне враження [1].

Більшість споживачів вибирають свій банк, виходячи з можливості виконувати всі необхідні операції дистанційно через доступні та комфортні цифрові канали комунікації без відвідування відділення або телефонних дзвінків. Звіт AppDynamicsAppAttentionIndex встановив, що 54% споживачів змінили свій банк, якби його мобільний додаток працював недостатньо добре [1]. Загалом можна виділити декілька найважливіших характеристик систем банкінгу, які в новітніх умовах необхідні клієнтам:

- функціональні можливості (доступні клієнтам операції);
- зручність користування системою (інтерфейс користувача);
- забезпечення безпеки зберігання та передачі фінансової інформації;
- безперебійна робота сервісів та вирішення проблем у реальному часі.

Поряд із впровадженням цифрових технологій необхідно вдосконалювати підходи до управління, керівництва та контролю. Банкам необхідно відстежувати та контролювати продуктивність своїх бізнес-критичних додатків, що стає можливим при впровадженні надійних рішень для управління інфраструктурою та оцінці всіх елементів взаємодії користувачів із сервісами. Завдяки застосуванню технологій машинного навчання сучасні системи моніторингу додатків (APM – Application Performance Management) автоматично попереджають про виникнення проблем, визначають причини збоїв аж до окремого рядка коду та надають глибоку аналітику досвіду користувача. При цьому аналітика показує детальну кореляцію між продуктивністю додатків та бізнес-результатами.

Модернізація додатків на основі технологій штучного інтелекту, хмарних обчислень та автоматизації дозволить банкам швидко створювати омніканальні

продукти, послуги та функції. Це допомагає покращити споживчий досвід та зміцнити довіру і лояльність клієнтів в період пандемії та постпандемічний період.

Цифрова трансформація банківського сектора в умовах пандемії коронавірусу – це можливість розширити бізнес, скоротити операційні витрати та освоїти ефективні канали надання послуг, щоб тісніше взаємодіяти з клієнтами та чітко розуміти їхні переваги. У свою чергу, сучасні інструменти для моніторингу програм у режимі реального часу допомагають бізнесу та ІТ говорити однією мовою, тим самим підвищуючи рівень клієнтського обслуговування, а разом з цим і конкурентоспроможність банку.

Список літератури:

1. Supporting application performance during the COVID-19 pandemic AppDynamics URL: <https://www.appdynamics.com/covid-19>
2. Facing Finances Amidst COVID-19 CornerstoneAdvisor URL: <https://www.cornstone.com>
3. KPMG URL: <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2019/09/future-of-digital-banking-in-2030-cba.pdf>
4. Technology Risk and Regulatory Compliance: Impact During COVID-19 Boston Consulting Group URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/>

Лобенко О.Ю.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СИСТЕМИ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЛАТВІЇ

Одним з головних факторів, що впливають сьогодні на рівень світового прогресу та розвиток економіки всіх країн є діджиталізація. Адже задля оптимізації національної митної системи ми вивчаємо міжнародний досвід. Задля гармонізації правил, а отже збільшення перспектив для національного бізнесу у світогосподарській системі.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій щодо розвитку діджиталізації в системі митного регулювання.

Методи дослідження базуються на загальних митних положеннях щодо сутності і принципів митного регулювання. У процесі дослідження

застосовувалися загальноприйняті в економічній науці методи вивчення: теоретико-методологічний, абстрактно-логічний та системного аналізу.

Інформаційними джерелами дослідження виступили матеріали державної статистичної звітності, законодавчі та нормативні акти з проблемних питань, спеціальна література з проблем теорії і практики розвитку цифровізації митного регулювання в сучасній світовій економічній системі.

Досвідом та прикладом впровадження діджиталізації в системі митного регулювання може слугувати Латвія. Латвія має електронну митну систему. Ще у 2018 році в Латвії було впроваджено eIDAS (electronicIDentification, AuthenticationandtrustServices). Положення про електронну ідентифікацію та послуги довіри для електронних транзакцій на внутрішньому ринку є етапом на шляху забезпечення передбачуваного регуляторного середовища для безпечної та безперешкодної електронної взаємодії між бізнесом, громадянами та державними органами. Також система електронних декларацій (EDS) є безпечним та зручним методом подання юридичними та фізичними особами всіх податкових та інформаційних декларацій та інших заяв до Державної служби доходів [1].

Електронна система обробки митних даних (EMDAS) та її підсистеми забезпечують можливість подання таких митних декларацій та документів для митних цілей в електронному вигляді:

- за допомогою системи контролю імпорту (IKS);
- за допомогою системи експортного контролю (EKS);
- за допомогою системи транзитного контролю (TKS);
- за допомогою модуля маніфестів / тимчасового зберігання (MAN / PU).

Підключення до EMDAS та його підсистем забезпечується через систему електронних декларацій EDS.

Для того, щоб зареєструватися в EDS, особа може використовувати такі електронні режими автентифікації:

- www.latvija.lv (єдиний портал державних та комунальних служб);
- eID (посвідчення особи, видане управлінням у справах громадянства та міграції);

- смарт-картка електронного підпису (видана Державним центром радіо і телебачення);

- EDSID (комбінація ідентифікатора користувача та пароля).

Щодо електронної митної системи Латвії, то клієнти, які бажають також працювати з підсистемами EMDAS з використанням EDS ID, повинні подати «Заявку на визначення користувачів інформаційних систем Державної служби доходів» [2].

Інформація про кожну необхідну підсистему EMDAS, яку замовник має намір використовувати, повинна бути заповнена в окремій формі заявки. Дані про користувачів кожної підсистеми повинні бути вказані у заявці та подаватися у таких режимах:

- в електронному вигляді- за допомогою EDS або смарт-картки електронного підпису;

- якщо заповнено у друкованому вигляді, то підписано в будь-якому центрі обслуговування клієнтів EDS;

- для нерезидентів- у Національній митній раді EDS.

Відповідно до законодавчих вимог ЄС, економічні оператори та інші особи, які беруть участь у виконанні митних формальностей та спілкуються з митними органами по всьому ЄС, повинні використовувати унікальний ідентифікаційний номер реєстрації економічних операторів - номер EORI.

Особі, яка не веде підприємницьку діяльність, але їй потрібно подати митну декларацію (наприклад, фізичній особі, яка ввозить особисті речі під митним контролем), надається тимчасовий номер, підключившись до EMDAS.

Враховуючи тенденції в Європі й світі для побудови цифрової економіки в Україні необхідне впровадження цифровізації, а також належне нормативно-правове регламентування їх реалізації. Адже цифровізація економіки є запорукою успіху в нашому сьогоденні. Враховуючи глобальні тенденції розвитку технологій, Україна повинна оперативно адаптуватися до нових стандартів та впроваджувати інноваційні рішення задля економічного розвитку.

Отже, Україні варто використовувати досвід цифрових систем ЄС (Латвії) в системі митного регулювання. А саме задля екологічності, економії часу, впровадження швидких процесів (швидше надання послуг за допомогою цифрових платформ), впровадження цифрової моделі електронного врядування та захист від епідеміологічної небезпеки. Реалізація цих та інших пріоритетів сприятиме структурній перебудові та цифровізації митного регулювання, підвищенню доступності та зручності користування відповідними послугами, рівень інноваційності яких швидко зростатиме.

Список літератури:

1. Digital Government Factsheet 2019 Latvia. European Commission. URL: [https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inlinefiles/Digital Government Factsheets Latvia 2019.pdf](https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inlinefiles/Digital%20Government%20Factsheets%20Latvia%202019.pdf)
2. Electronic Customs Data Processing System (EMDAS) Latvia. Valsts ieņēmumu dienests |. URL: <https://www.vid.gov.lv/en/how-become-e-customs-systems-user>

Максимчук Н.А.

РОЛЬ МСП У ГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

В даний час світова економічна система знаходиться на етапі системних змін і перетворень, що стосуються всіх секторів як національних економік, так і глобального господарства. Відбувається реструктуризація, у процесі якої замкнуті економічні системи стають відкритими елементами єдиного глобального ринку.

Глобальний ринок, що характеризується своєю «уніфікацією», поступово стає об'єктом діяльності та конкурентної боротьби не лише класичних мегакорпорацій, а й малих та середніх підприємств [1, с. 2]. Стрімкі зміни у глобальній економіці відкрили значні перспективи для розвитку МСП, частка яких становить понад 90 % у загальній кількості підприємств, де зайнято близько 60 % усього населення і чий внесок у світове ВВП становить 55% [2].

Завдяки інтернету, який дозволив радикально знизити витрати на рекламу та просування і розширив канали комунікацій через соціальні медіа, малі підприємства отримали можливість досить ефективно пристосуватися до вимог міжнародного ринку та стати повноцінними його учасниками. Крім цифровізації,

катализатором розвитку малих та середніх підприємств стало зниження трансакційних витрат, спрощення доступу до міжнародної логістики, зниження транснаціональних торгових бар'єрів. У малому бізнесі всіх країн світу, на сьогоднішній день, все більше виявляються риси глобалізації, що проявляється у підвищенні зовнішньоекономічної активності, у широкому використанні глобальних інформаційних технологій, в уніфікації форм та у ділових еталонах підприємницької діяльності[3].

Новим етапом розвитку стала поява «малих транснаціональних компаній», які активно ведуть міжнародну торгівлю при чисельності власного штату до 250 осіб[4, с.2]. Нові цифрові технології, насамперед, блокчейн та смартконтракти, у перспективі дозволять ще більше спростити роботу компаній малого та середнього бізнесу на міжнародних ринках.

Гнучкість та мобільність малих фірм дозволяє їм оперативно перебудувати виробничу спеціалізацію, швидко реагувати на зміни світової кон'юнктури ринків, що не під силу великим компаніям. Стає очевидним, що сьогодні неможливо забезпечити збалансоване зростання глобальної економіки за умови «паралельного» розвитку великого та малого бізнесу. Як показує зарубіжний досвід, обов'язковою умовою для успішного розвитку економіки країни загалом є взаємозв'язок малого бізнесу з діяльністю великих компаній, оскільки саме синергія між ними забезпечує високу ефективність господарської діяльності і збалансоване економічне зростання[5, с. 31].

МСП підвищують конкурентоспроможність великого бізнесу, шляхом реалізації коопераційних замовлень на виробництво товарів, робіт, послуг, наданих з меншими витратами і, за часту, з вищою якістю. Тому чимало великих підприємств взаємодіють з малими для вирішення певних внутрішніх завдань, співпраця яких проявляється у наступних формах [6, с.2]:

- франчайзинг (у рамках цієї форми взаємодії велика фірма надає невеликій компанії право брати участь на ринку під торговою маркою та з використанням технологій і ліцензій великої фірми. У результаті в МСП є можливість створити новий бізнес, маючи підтримку в конкурентній боротьбі, і вийти на нові ринки);

- венчурне фінансування (дозволяє великому бізнесу створити мале підприємство з метою реалізації нових проектів);

- лізинг (фінансування малого бізнесу шляхом передачі йому певного майна в оренду з правом подальшого викупу);

- кластеризація (дозволяє підприємствам малого та великого бізнесу, що знаходяться по сусідству, взаємодоповнювати один одного та спільно проваджувати діяльність у будь-якій сфері);

- аутсорсинг (передача певних функцій малим підприємствам, що дозволяє великому зосередитись на досягненні основних цілей бізнесу);

- субпідряд (великий бізнес покладає обов'язки часткового виконання будь-яких робіт на малий);

- інтрапренерство (діяльність з виробництва та реалізації товарів і послуг у рамках самоорганізованої системи, чії підрозділи і працівники мають унікальні, в порівнянні з сучасними корпоративними структурами, можливості і свободу дій).

Вищеперелічені формим мають свої особливості, проте кожна з них передбачає інтеграцію і переплетення функціональних обов'язків малого та великого бізнесу, що забезпечує ефективне функціонування економіки в умовах глобалізації.

Отже, малі і середні підприємства відіграють немаловажливу роль у глобальних процесах економічної інтеграції, слідуючи сучасним тенденціям і використовуючи новітні технології. МСП, здебільшого, не протистоять великим компаніям, а тісно взаємодіють з ними, прискорюючи інноваційні процеси та структурну розбудову глобального господарства заради успіху глобальної економічної інтеграції. Великий бізнес привносить у цю систему стабільність та керуваність, а малий бізнес, що формує конкурентне середовище, забезпечує гнучкість та індивідуальний підхід.

Список літератури:

1. Gamage N. Global Challenges and Survival Strategies of the SMEs in the Era of Economic Globalization: A Systematic Review / N. Gamage, S. Kumara, Ekanayake. // Rajarata University of Sri Lanka. – 2019. – №98419. – С. 30.

2. World Trade Report 2020. World Trade Organization. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtr20_e.htm

3. Enhancing the Contribution of SMEs in a Global and Digitalised Economy 2017. OECD. – 2017. URL: <https://www.oecd.org/industry/C-MIN-2017-8-EN.pdf>.

4. Akcaoglu E. Small Firm Internationalisation and International Entrepreneurship / E. Akcaoglu, R. Wehner. // Würzburg International Business Forum International Business Conference. – 2019. – P. 82.

5. Jamieson D. Large Businesses and SMEs: Exploring how SMEs interact with large businesses / D. Jamieson, S. Fettiplace, C. York. // ORC International. – 2012. – P. 177.

6. Belyaev M. The interaction problems between large and small business in modern conditions / M. Belyaev, S. Sokolova, S. Karpushova. // SHS Web of Conferences. – 2017. – №35.

Маліцький С.В.

НАПРЯМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СИСТЕМИ МИТНО-ТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Трансформація засад функціонування інститутів державного управління, посилення економічних загроз, потреба в захисті митних інтересів обумовлюють потребу в реформуванні митної справи.

Основна проблематика роботи митних органів та напрями удосконалення здійснення державної митної справи є предметом дискусій у суспільстві, зокрема й народних депутатів.

Інформаційні технології та цифрова трансформація – основні чинники технологічних змін та умов конкурентоспроможності як на рівні окремих підприємств, так і на рівні країн, саме вони є головною рушійною силою змін всіх економічних та виробничих процесів, зростання продуктивності праці.

Адже технологія електронної автономності дозволяє одночасно отримати ряд переваг:

- сформувати більш повне уявлення про діяльність підприємств з точки зору контролюючого органу;

- якщо зменшити фізичного контакту суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з державними органами, то це мінімізує корупційні ризики;

- автоматизувати та спростити процедури декларування бізнесу.

Саме тому вирішення глобальної системної кризи може бути досягнуто за допомогою набору нових технологій, званих «цифровою економікою», які в

сучасних умовах є головним фактором економічного зростання національних економік, галузей та бізнесструктур.

Зазначаємо, що на особливу увагу органів публічної адміністрації заслуговує питання цифровізації функціонування митного регулювання, з огляду на геополітичне положення України та її значний потенціал як транзитної держави, що розташована на перетині багаточисельних шляхів із Азії в Європу.

До актуальних напрямів удосконалення адміністрування митного регулювання в Україні віднесено максимальну автоматизацію та інформатизацію митних процедур у процесі митного оформлення товарів та здійснення митного контролю дотримання норм митного та податкового законодавства (за аналогією із системою електронного митного оформлення в США) з використанням технології штучного інтелекту, а також розвиток сервісних служб та можливостей офіційного вебпорталу Державної митної служби України (створення інтерактивного сервісу щодо вибору митного режиму та поміщення в нього товарів з можливістю спостереження в режимі онлайн за переміщенням товарів через митний кордон тощо).

Для прикладу: у країнах ЄС система NCTS (New Computerized Transit System) використовується для електронної передачі даних. В ЄС електронне декларування товарів є обов'язковим. Ця система дозволяє декларантам подавати декларації в електронному вигляді до прибуття товарів, проводити аналіз ризиків та прискорювати обробку даних.

Зазначаємо, що роль суб'єктів владних повноважень органів Державної митної служби України в процесі прийняття рішення щодо пропуску товарів та транспортних засобів через митний кордон повинна бути зведена до мінімуму.

Використання технології штучного інтелекту дозволить мінімізувати корупційні ризики в роботі органів публічної адміністрації та неупереджено виявляти факти порушення митного законодавства суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

Дуже важливо, що результатом становлення цифрової економіки є поява різноманітних ініціатив та проектів з оцифрування на всіх рівнях: від державного до окремих компаній.

Якщо подібні проекти стануть масовим явищем, є надія, що кількість технологічних змін змінить якість життя, системи управління, бізнесмоделі, відносини між людьми. Тільки такі складні зміни можуть забезпечити трансформацію української економіки в цифрову.

Результатом реформування митної справи має стати підвищення суспільної довіри до митних органів, збільшення рівня податкової культури, а також запровадження повнофункціональних електронних сервісів, запровадження нових механізмів та інструментів здійснення державної митної справи та забезпечення ефективної протидії корупції, митним правопорушенням.

Щоб підвищити ефективність вибору об'єктів митного огляду необхідно розробити Єдину автоматизовану інформаційну систему митних органів, основною метою якої буде створення єдиного інформаційного ресурсу. Ця система допоможе приймати управлінські рішення на усіх рівнях митних органів.

Список літератури:

1. Концепція розвитку економіки та суспільств України на 2018–2020 рр. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.
2. Острікова Т. Двобій з митними проблемами: чи можна перемогти? Економічна правда. 01.08.2019 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.epravda.com.ua/columns/2019/08/1/65_0203.
3. Риженко О., Фіщук В. Як цифрова економіка змінить Україну. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/16/633057>.
4. Голинський Ю.О., Гриник І.Р. Митний контроль в Україні та напрями його вдосконалення. Молодий вчений. 2019. № 10(74). С. 646–650.
5. Южаніна Н. Що Верховна Рада збирається реформувати в українській митниці? – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bykvu.com/ua/mysli/shcho-verkhovna-rada-zbyraietsiareformuvaty-v-ukrainskii-mytnytsi/>.

Мамішов М.Б.

СИСТЕМА КРІ ЛОГІСТИКИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Завжди актуальними є питання використання інструментів управління на основі логістичного підходу, що дозволяє компаніям отримати конкурентні переваги на ринку за рахунок зниження витрат і підвищення стійкості до ринкових коливань, а також вийти на новий якісний рівень розвитку. Очевидно, для цього необхідний відповідний інструмент для своєчасної та надійної оцінки,

виявлення недоліків та відхилень отриманих результатів від запланованих та прийняття адекватного управлінського рішення щодо усунення проблем, що перешкоджають досягненню цілей підприємства. [2, стр.143] Одним із таких інструментів може бути спеціально розроблена система КРІ.

Щоб розробити стратегію компанії та оцінити ефективність її управління, необхідно встановити набір КРІ, що вимірюють прогрес у досягненні мети компанії. На основі принципів логістичного підходу досягнення цілей визначається виконанням семи умов, так званих «сім правил логістики»: необхідні продукти (послуги), у необхідній кількості, необхідної якості, в потрібний час, у потрібному місці, з найменшими витратами, заздалегідь визначеному споживачеві.

Виходячи з вищезазначеного, пропонуємо наступну послідовність розробки системи КРІ: на першому кроці визначаються довгострокові напрями розвитку компанії на основі принципів управління логістикою та ланцюгом поставок, які базуються на міжфункціональній та міжорганізаційній координації та інтеграції, визначаються стратегічні цілі. Неодмінною умовою досягнення цілей компанії буде їх формалізація, оцінка та коригування.

Далі потрібно розробити стратегічну карту, яка є графічним описом ключових факторів успіху (проекції), що визначають їхні стратегічні цілі та причинно-наслідкові зв'язки між ними. Наступним кроком є визначення числових характеристик обраних цілей – КРІ, що дозволяють їх виміряти. Після відбору КРІ наступним важливим завданням є визначення джерел інформації для їх оцінки.

Після усіх цих дій цілі компанії будуть досягнуті, якщо за їх виконання будуть призначені відповідальні особи. Це можуть бути як керівники відділів, так і будь-які їхні співробітники, яких потрібно мотивувати для їх досягнення за допомогою тих самих КРІ. Перед останнім кроком необхідно для проведення об'єктивної оцінки ефективності діяльності компанії, а також розробки на її основі адекватних рішень здійснити інтеграцію багатьох КРІ в один або кілька глобальних системних показників.

Кінцевою ланкою усієї послідовності є використання інформаційних систем, яке може допомогти впровадити систему КРІ на основі логістичного підходу в

компанії. Інформаційна система підтримує швидкий обмін даними з виконавцями, посередниками, постачальниками та замовниками.

Компанії можуть вимірювати, відстежувати та візуалізувати ключові показники ефективності логістики за допомогою програмного забезпечення. Хмарне ERP-програмне забезпечення NetSuite надає всі необхідні інструменти для збору, аналізу та відображення логістичних показників у масштабах усієї організації за допомогою рольових та галузевих інформаційних панелей та попередньо заданих ключових показників ефективності. NetSuite пропонує програмне забезпечення для транспортних та логістичних компаній, а також функції вихідної логістики, які забезпечують спрощений збір, упаковку та відвантаження, виконання замовлень між філіями та інтеграцію з перевізниками. Його функціональність вхідних логістики дозволяє компаніям відстежувати KPI легко з замовлення на поставку, які отримують робочі процеси, процеси забезпечення якості та автоматичного відстеження контейнерів через вхідні функції керування доставкою. [1]

Розроблений алгоритм формування системи KPI для оцінки ефективності компанії на основі логістичного підходу – це логічна послідовність кроків, пов'язаних з розробкою логістичної стратегії компанії, побудовою стратегічної карти та визначенням системи KPI, пов'язуючи цілі компанії з логістичними процесами та впроваджуючи цю систему в систему моніторингу, планування та контролю компанії. Система KPI включає шість основних блоків стратегічних цілей, розподілених за критеріями «витрати», «споживачі», «продукт і кількість», «час і місце» та «якість»; вимірювання показників даних блоків дасть змогу комплексно оцінити діяльність компаній та своєчасно розробляти та впроваджувати адекватні управлінські рішення.[1] Таким чином, система KPI – це необхідна складова сучасного стратегічного менеджменту, ефективність якого підтверджена досвідом успішних міжнародних компаній.

Список літератури:

1. Еббі Дженкінс. Основні логістичні KPI та показники, які потрібно відстежувати. 2021.
2. Логістика та управління ланцюжками поставок, 5-те видання, по: Мартін Крістофер, 2018 р.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ КРАЇН ЄС

Міжнародна торгівля - це обмін товарами та послугами між країнами. Простими словами це означає експорт та імпорт товарів та послуг. Експорт означає продаж товарів та послуг за межі країни, тоді як імпорт означає закуп товарів та послуг у інших країн [1].

Міжнародна торгівля сьогодні, як і раніше, залишається важливим стимулом для зростання міжнародної економіки.

Європейський Союз (ЄС) - це гібридна міжурядова та наднаціональна організація 28 країн-членів. Вона має власний прапор, валюту та закони та працює на єдиному ринку з вільним переміщенням товарів, послуг та капіталу. ЄС є найбільшим у світі торговим блоком та найбільшою економікою світу [2].

Алкогольний напій - це напій, який містить значну кількість етанолу (спирту), заспокійливий засіб, який в низьких дозах викликає ейфорію, зниження тривожності і розкутість, а в більш високих дозах викликає інтоксикацію. На сьогоднішній день існує велике різноманіття типів алкогольних напоїв різних брендів. Але можна виділити їх основні класи: спирти, лікери, вина і шампанські, пиво [3].

Міжнародна торгівля міцними напоями існувала протягом століть. Одним з перших імпортів у країни Нового Світу був Вест-Індський ром. А голландці були першими експортерами лікерів.

Сьогодні, як і протягом усієї історії, алкогольні напої є частиною культури харчування і є засобом покращення соціальних зустрічей. Ефект від вживання в помірних кількостях алкоголю полегшує соціальний контакт і стимулює колективне відчуття благополуччя.

Виробники напоїв завжди шукають можливості, які дозволяють їм збільшити продажі. Однак успішне зростання прибутку, як правило, передбачає визначення напоїв, які використовують поточні тенденції – і, отже, пропонують найбільший потенціал.

Нам потрібно спочатку зрозуміти, куди рухається ринок напоїв і які найсучасніші тенденції.

Найголовніші тенденції алкогольних напоїв наразі це екологічність, інновації, преміумізація продуктів та чиста етикетка [4].

Найбільші виробники алкоголю в ЄС: Anheuser-Busch InBev (Бельгія), Heineken NV (Нідерланди), Pernod Ricard (Франція) і т.д. Протягом останніх 20-ти років відбулось помітне зростання обсягів виробництва та експорту алкогольних напоїв. Виробники вдосконалюють свою продукцію та збільшують обсяги її виробництва [3].

Якість українських алкогольних напоїв визнана світом, тому збільшуються з кожним роком обсяги експорту та компанії досліджують нові ринки збуту і починають постачати свою продукцію. Ринок алкогольних напоїв України має непогані перспективи розвитку. Українські алкогольні напої високої якості та за відносно низькою ціною, тому на таку продукцію завжди є попит [5, 3-8].

У рейтингу найбільших виробників алкоголю: корпорація «Баядера Груп» компанія «Оболонь», «Carlsberg Україна», «САН ІнБев Україна», «Українська дистрибуційна компанія» (Global Spirits).

Список літератури:

1. International Trade – Types, Importance, Advantages And Disadvantages [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://efinancemanagement.com/international-financial-management/international-trade>.

2. Міжнародна торгівля алкогольними напоями в ЄС 2020 [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://spirits.eu/upload/files/publications/Brochure-%20Trade%20review%202021%20-%20Final.pdf>.

3. Захарчук О. Аналіз стану і тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв (національний аспект) [Електронний ресурс] / Ольга Захарчук. – 2016. – Режим доступу до ресурсу:

<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/2273/1/%D0%97%D0%B0%D1%85%D0%B0%D1%80%D1%87%D1%83%D0%BA.pdf>

4. Найпопулярніші тенденції напоїв у Європі в 2020 році [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://1.rccolainternational.com/blog/europe-beverage-trends-2020>.

5. Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: проблеми та перспективи: Матеріали другої міжнародної практичної конференції / За ред. Саух І.В. – Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2008 -338 с.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНОГО ОБМІНУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

В умовах пандемії COVID-19 менеджери компаній стикаються з проблемами у підтримці належного рівня задоволеності роботою серед співробітників, у їх координації та заохоченні ефективності у виконанні та реалізації передбачених завдань [4]. Тому внутрішній маркетинг відіграє важливу роль у підтримці та підвищенні рівня задоволеності працівниками роботою, підвищенні залученості до організації [1] та підвищенню продуктивності у незнайомих умовах у виконанні завдань та обов'язків згідно з посадовими інструкціями.

Щоб зменшити поширення вірусу, влада багатьох країн запровадила обмежувальні заходи, такі як обмеження пересування осіб, закриття несуттєвих магазинів, нав'язування загального чи місцевого карантину разом з фізичним дистанціюванням та ізоляцією вразливих людей. Дистанційна робота має стати «новим нормальним явищем» для багатьох організацій, породжуючи додаткові виклики для співробітників, які почали відчувати занепокоєння, спричинені цифровізацією та відсутністю соціальної взаємодії, розчарування, професійне навантаження, демонструвати контрпродуктивну робочу поведінку, виснаження, вигорання, деперсоналізацію та збільшення навантаження. Всі ці фактори сприяли зменшенню задоволеності працівників, зменшуючи результативність роботи та породження контрпродуктивної поведінки.

Складність явищ та соціальних наслідків, спричинених пандемією COVID-19, а саме: стрес, виснаження, тривога, вигорання, контрпродуктивна поведінка на роботі, а також мотивація, продуктивність, здоров'я, добробут, розвиток та задоволеність працівників-можна пояснити за допомогою Теорії соціальних обмінів [1]. Соціальний обмін заснований на конкретних умовах, таких як взаємозалежність, суспільні відносини та зобов'язання між сторонами. Теорія соціального обміну ґрунтується на припущеннях таких як взаємозалежність, суспільні відносини та зобов'язання між сторонами [3]. Одне з припущень Теорії соціального обміну полягає в тому, що в рамках організаційних відносин обмін

двома сторонами ґрунтується на взаємності [4]: коли співробітники відчують підтримку та винагороду, вони виявляють позитивне та ініціативне ставлення та поведінку щодо своєї роботи, підтримуючи таким чином бажану діяльність [4]. По суті, відносини працівник-роботодавець формуються та зміцнюються на основі цих умов. В організаційному контексті працівники схильні розуміти взаємність між працівниками та роботодавцями і схильні проявляти позитивне ставлення та покращувати власні результати на користь організації, коли остання допомагає та/або підтримує їх [3]. У внутрішніх маркетингових дослідженнях Теорія соціального обміну показує теоретичну цінність оцінки обміну між керівництвом організації, що пропонує підтримку через спілкування, розвиток та винагороду, та продуктивністю працівників.

Більше того, у той час, коли фізичне спілкування обмежується через глобальну пандемію COVID-19, для брендів відповідальних роботодавців особливо важливо забезпечити добробут працівників через соціалізацію роботодавців і співробітників і спілкування через соціальні мережі. Таким чином, розуміння формування соціального капіталу співробітників в Інтернеті наразі має життєво важливе значення для брендингу роботодавця.

У контексті пандемії COVID-19 управління людськими ресурсами стикається з новими проблемами у підтримці високого рівня задоволеності роботою, виконання завдань та зменшення контрпродуктивної поведінки на роботі. Внутрішній маркетинг - це спосіб, яким організація може задовольнити потреби своїх співробітників, тим самим сприяючи збільшенню продуктивності та позитивно впливаючи на бажані результати. Водночас внутрішній маркетинг сприяє зменшенню небажаної поведінки, ставлення та негативних наслідків роботи.

Список літератури:

1. Nem teanu, M.-S.; Dabija, D.-C. The Influence of Internal Marketing and Job Satisfaction on Task Performance and Counterproductive Work Behavior in an Emerging Market during the COVID-19 Pandemic. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2021, 18, 3670. <https://doi.org/10.3390/ijerph18073670>
2. Vignesh Yoganathan. Building better employer brands through employee social media competence and online social capital [Електронний ресурс] / Vignesh Yoganathan, Victoria-Sophie Osburg, Boris Bartikowski // *Psychology and marketing*. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/mar.21451>

3. Qiu, Jingqi&Boukis, Achilleas&Storey, Chris. (2021). Internal Marketing: A Systematic Review. The Journal of Marketing Theory and Practice. 10.1080/10696679.2021.1886588.

4. Theopold, S., Schacherer, M. Internal marketing: review on a broadened concept and its operationalisation // DBA Anglia Business School, Research Paper 2, 2002. – Режим доступа : www.schacherer.de/marc/phd/p2.doc

Мусієнко О. В.

СВІТОВИЙ РИНОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Роль маркетингових досліджень у діяльності національних та міжнародних компаній з кожним роком зростає, оскільки такі дослідження допомагають менеджменту отримувати необхідну інформацію та уникати невизначеності і ризиків при прийнятті важливих маркетингових рішень. Наразі суттєво зростає значення спеціалізованих дослідницьких/маркетингових/консалтингових компаній, які за запитом клієнтів проводять маркетингові дослідження цільових товарних ринків різних країн або їх окремих складових та формують необхідні для клієнтів рекомендації.

Світовий ринок маркетингових досліджень стабільно зростає протягом останнього десятиліття та досяг найвищого рівня виручки у 2019 році. Так, світовий обсяг виручки галузі у 2010 р. склав 34,5 млрд дол США, у 2015 році – 44,03 млрд дол США, а вже у 2019 році обсяг виручки на глобальному ринку маркетингових досліджень збільшився у понад два рази у порівнянні з 2010 р. – до 73,38 дол США [1]. Це наочно підтверджує зростання значення та популярності маркетингових досліджень у діяльності провідних міжнародних компаній.

Відповідно до звіту «Глобальні маркетингові дослідження 2020 р.» (Global Market Research 2020) дослідницької компанії ESOMAR, розподіл світової виручки галузі за регіонами світу виглядає таким чином: регіон Північної Америки є найбільшим та забезпечує понад половини загальносвітової виручки від маркетингових досліджень, на другому місці – Європа з удвічі меншим показником (26%), на третьому – Азіатсько-Тихоокеанський регіон, а Африка, Середній Схід та Латинська Америка мають найменші частки у порівнянні з іншими регіонами світу (рис. 1).

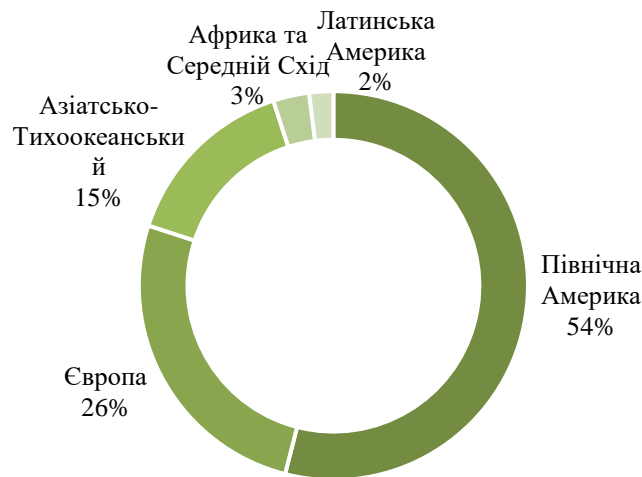


Рисунок 1 – Розподіл доходів від маркетингових досліджень за регіонами світу у 2019 р., % [2]

У порівнянні з 2018 р., регіон Північної Америки збільшив частку у загальносвітовій виручці на 6,1%, а частка Європи навпаки знизилась на 1%, в той час, як частка Азіатсько-Тихоокеанського регіону залишилася незмінною і склала 15%.

Країнами-лідерами на світовому ринку маркетингових досліджень за обсягами виручки у 2019 р. були: США (47,14 млрд дол США), Велика Британія (6,45 млрд дол США), Німеччина (2,58 млрд дол США), Китай (2,47 млрд дол США) та Франція (2,42 млрд дол США); решта світу забезпечує 12,3 млрд дол США [1]. США є батьківщиною маркетингових досліджень і вже котрий рік поспіль залишається лідером галузі, забезпечуючи понад половини світової виручки.

На європейському континенті у 2019 р. ринком маркетингових досліджень з найвищими темпами зростання став український ринок. Обсяги продажу на ньому за рік збільшились на 20,8%, що підтверджує актуальність та зростаючі перспективи. На другому місці за темпами зростання була Швеція з показником 14,4%, на третьому – Австрія (6,1%), далі – Португалія (5,8%), Румунія (5,8%), Чехія (5,4%), Литва (4,7%), Болгарія (4,7%), Естонія (3,2%) та Крит (3%) (рис. 2).

Компанії, які надають послуги з маркетингових досліджень, забезпечують клієнтів необхідною інформацією про конкретні ринки або їх окремі складові, що допомагає приймати ефективні рішення компаніям-замовникам досліджень.

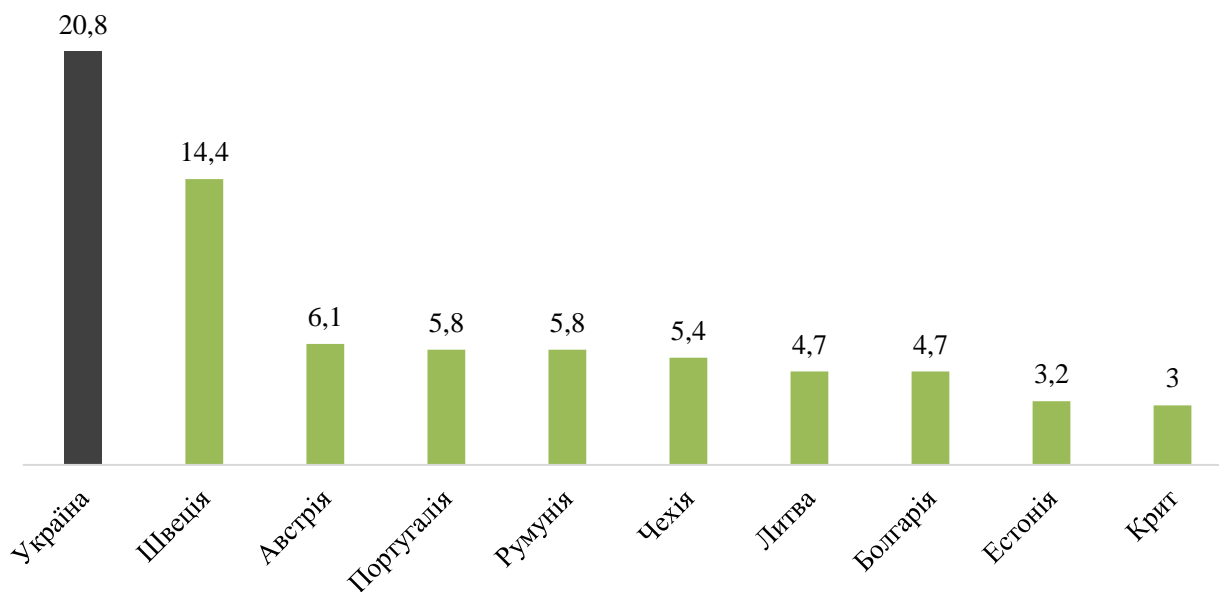


Рисунок 2. – ТОП-10 країн Європи з найвищими темпами зростання ринків маркетингових досліджень у 2019 р., % [2]

Згідно зі звітом ESOMAR до ТОП-10 компаній за обсягами виручки в галузі маркетингових досліджень входять: Optum (США, обсяги виручки 9 млрд дол США), The Nielsen Company (США, 6,5 млрд дол США), IQVIA (США, 3,9 млрд дол США), Experian (Ірландія, 3,9 млрд дол США), Gartner Inc. (США, 3,5 млрд дол США), Kantar (Велика Британія, 3,4 млрд дол США), Epsilon (США, 2,2 млрд дол США), Ipsos SA (Франція, 2,1 млрд дол США), IHS Markit (Велика Британія, 1,9 млрд дол США) та GfK (Німеччина, 1,6 млрд дол США) [3]. Варто зазначити, що у ТОП-10 провідних дослідницьких компаній у галузі маркетингових досліджень, 50% компаній – саме зі США, що підтверджує провідну роль країни у галузі.

Список літератури:

1. Індустрія маркетингових досліджень ринку: статистика та факти [URL] // Statista. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/topics/1293/market-research/#dossierKeyfigures>.
2. Global Market Research 2020 – Top Findings [URL] // Foreign Tongues. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.foreigntongues.co.uk/global-market-research-2020-top-findings>.
3. ESOMAR's Top-20 global companies [URL] // Research World. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.researchworld.com/esomars-top-20-global-companies/>.

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Електронна комерція – це та ж комерція, той же обмін товарами і грошима, тільки цей обмін відбувається за допомогою комп'ютера. Основна перевага електронної комерції очевидна – це відсутність збутових структур [1, с. 59].

Електронна комерція була вперше описана в 1969 році компанією Compu-Serv Network, Inc у США та означала електронне обслуговування ділових операцій з такими технологіями, як електронний обмін даними (EDI) та електронний переказ коштів (EFT), які дозволяють передавати комерційну інформацію між підприємствами та клієнтами [2, с. 4]. Тенденція електронної комерції продовжує зростати стрімкими темпами та спостерігається як на вітчизняному ринку, так і на зарубіжних. Електронна комерція створює канал міжнародного бізнесу, який розраховує стати масовою бізнес-моделлю та витіснити традиційні офлайн магазини чи сервіси.

Електронна комерція сьогодні реалізується в чотирьох ключових сегментах ринку: "бізнес для бізнесу, бізнес для споживача, споживач для споживача та споживач для бізнесу". Поступово і назавжди трансформується структура різноманітного бізнесу на цих сегментах ринку [2, с. 4].

Швидкий розвиток електронної комерції дуже сильно впливає на показники міжнародної економіки. Так, останні дослідження показали, що «ціни, доступність продуктів, транспортування і споживча поведінка різко змінилися за останні кілька років під впливом ряду зовнішніх факторів». Зважаючи на це можна виділити фактори, які наразі найбільше впливають на розвиток електронної комерції як на вітчизняному, так і на глобальному ринках [2, с. 7]:

1. пандемія Covid-19;
2. розвиток мобільних технологій;
3. розвиток діджитал маркетингу.

Пандемія Covid-19 сприяла швидкому розвитку електронної комерції та змусила компанії трансформувати власний бізнес та технології онлайн-

просування та продажів. Проте, варто зазначити, що сьогодні також створюються умови для посилення конкуренції підприємств у бізнес-середовищі після Covid-19 [2, с. 8].

Розвиток мобільних технологій надав сильний вплив на електронну комерцію в 2021-му році, так як саме вони полегшують та прискорюють процес здійснення покупок та продажі продуктів/послуг майже в будь-якому місці, транзакції можуть бути вирішені за допомогою простого смартфона або планшетного пристрою [2, с. 10].

Як вітчизняним, так і міжнародним компаніям слід брати до уваги основні відмінності між покупцями офлайн та інтернет-магазинів. Спосіб адаптації діджитал маркетингу до потреб своїх клієнтів є ключовим фактором успіху онлайн-маркетингових кампаній. Існують ситуації, коли одними і тими ж клієнтами можуть бути як онлайн-клієнти, так і офлайн-клієнти. Саме тому маркетингові стратегії мають носити більш багатовекторний та інтегрований характер (як онлайн, так і офлайн). Підприємства повинні використовувати маркетингові інструменти та методи, щоб зрозуміти природу та поведінку клієнтів. Тому зараз для охоплення аудиторії використовуються різні методи цифрового маркетингу, що включають просування по електронній пошті, рекламу в Інтернеті, оптимізацію пошукових систем, кампанії в соціальних мережах тощо [2, с. 17].

Отож, електронна комерція все більше і більше проникає в життя всіх людей і це сприяє розвитку ринку. Така тенденція спостерігається як і в розвинутих країнах, так і в тих що розвиваються. У 2021-2022 роках очікується зростання онлайн-продажів приблизно на 30%. Вітчизняним та міжнародним бізнесам потрібно бути готовими до появи нових клієнтів і підвищувати рівень обслуговування.

Список літератури:

1. «Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції» // Л.Д. Гармідер, А. В. Орлова.
2. «Analysis of the development of e-commerce in the retail industry in recent years» // March 2021 // Kelvin Cheng

ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ FMCG ПРОДУКЦІЇ

В сучасності підприємства стикаються з дуже несприятливою ринковою ситуацією, та існує очевидна потреба у вирішенні складних управлінських завдань. Для того щоб зробити це успішно, компаніям потрібно стратегічне планування, щоб завжди бути готовими до викликів з якими вони можуть зіткнутись.

Дослідження є визначити сутність стратегічного планування та розглянути його основні проблеми при прогнозуванні FMCG продукції та шляхи їх вирішення.

Наразі теоретичні розробки у сфері стратегічного планування беруть свої витоки з теорії стратегічного планування у сфері корпоративного менеджменту, засновником якої вважається економіст російського походження І. Ансофф. Ця теорія була розвинута і доповнена рядом інших науковців, таких як А.Акер, Р. Акофф, Р. Бранденбург, Дж. Гелбрейт, П. Друкер, Б. Карлоф, У. Кінг, Д. Кліланд, Дж. Б. Куїнн, Г. Мінцберг, Дж. Стейнер, Д. Хассі, Н. Федоров. У працях цих науковців наводиться чимало різних визначень стратегічного планування, які розкривають ті чи інші його важливі аспекти та особливості.

Стратегія – генеральний план дій, який визначає пріоритети стратегічних завдань, ресурси і послідовність кроків щодо досягнення стратегічних цілей. Стратегічний план – послідовність певних кроків та дій, інтегрованих у просторі і часі, що приводять до зміни поточного становища на бажане. [2, с. 133]

До найбільш розповсюджених проблеми для ефективного стратегічного планування можна віднести: відсутність зворотної інформації від клієнта, проблеми з виробництвом продукції, погані взаємовідносини з партнерами та нестабільність ринку. Проблема відсутності зворотної інформації від клієнта (в нашому випадку це великі торговельні мережі, наприклад Фоззі Груп та АТБ або дистриб'ютори) включає в себе відсутність інформації по кількостях проданого товару під час промо активностей та того, що є наявний у них на складі. Відсутність такої інформації спричинить низьку якість прогнозу оскільки неможливо буде відслідкувати тренди. Наступною та найбільш розповсюдженою

є проблема з виробництвом товару, зокрема якщо бувають затримки з виробництвом певного виду продукції у прогнозі треба завжди закладати страховий запас, щоб мати змогу тимчасово покривати потребу клієнтів, а у випадку довготривалих затримок коректно спрогнозувати необхідні об'єми. Дані проблеми можуть бути спричинені багатьма факторами починаючи від проблем з сировиною , а закінчуючи поганими погодними умовами, тому завжди при створенні прогнозу необхідно закладати ризики. Ще однією важливою проблемою є погано вибудовані стосунки з клієнтом/партнером. Дана проблема є досить глибокою адже якщо стосунки погано побудовані, то клієнт може не приймати переоцінку продукції, не замовляти новинки або здійснювати нестабільні замовлення. Кожен з цих факторів має прямий вплив на точність стратегічного прогнозу. Це може призводити до нестабільності замовлень клієнтів, а це в до надто низької або великої кількості товару на залишках, що в свою чергу погано впливає на фінансові показники компанії. Останньою, проте не менш важливою проблемою при побудові стратегічного прогнозу є нестабільність ринку. Вона також викликає значні коливання між прогнозованими та фактично відвантаженими об'ємами проданої продукції.

Для таких проблем як відсутність зворотної інформації та поганих взаємостосунків з партнером найкращим вирішенням буде створення стандартизованих правил ведення бізнесу для всіх клієнтів. Тобто прописати у контракті бонуси та штрафні санкції за виконання (не виконання) планів продажів, графіку закупок та відкритого обміну інформацією. Проблеми пов'язані з виробництвом продукції та нестабільністю ринку також можна назвати частково взаємопов'язаними. Обидві з них є досить обширними, непередбачуваними та неможливими у повному усуненні, проте наступні вирішення допоможуть зменшити негативний ефект на точність стратегічного прогнозу. Завжди необхідно слідкувати за конкурентами та їх діями на ринку, аналізувати політичну, економічну та епідеміологічну ситуацію в країні, також необхідно враховувати в прогнозі святкові дні та сезонність . Врахування та аналіз кожного з цих факторів допоможе в побудові стратегічного прогнозу

незважаючи на нестабільність ринку. Повністю уникнути проблем з виробництвом продукції або її поставкам майже неможливо, проте для покращення точності стратегічного прогнозу завжди можна закладати додаткові об'єми продукції як страховий запас для того, щоб мати змогу покрити потреби партнерів як мінімум на тиждень. При створенні страхового запасу також необхідно враховувати строк придатності товару, чим довше він може зберігатись тим більший залишок можна отримати.

Отже, можна прийти до висновку що всі проблеми стратегічного планування частково пов'язані між собою та можуть посилювати вплив одна одної. Для того, щоб уникнути або зменшити вплив від вище описаних проблем при побудові стратегічного прогнозу треба враховувати всі ризики, які можуть трапитись та максимально швидко реагувати на нові виклики, також важливим пунктом є побудова відкритих та взаємовигідних стосунків з партнерами тому, що це допоможе відслідкувати динаміку продажів і побудувати більш точний прогноз.

Список літератури:

1. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / Л. П. Батенко, М. А. Белов, Н. М. Євдокимова та ін. ; за заг. ред. В. Є. Москалюка ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т. К. : КНЕУ, 2005. - 384 с.
2. Управление организацией: учебник/ под ред. А.Поршнева, З.Румянцевой, Н. Саломатина. –М.: ИНФРА-М,2008. –735 с.
3. Strategic Challenges in FMCG and Retail 2020 [Електронний ресурс] – режим доступу до ресурсу: https://www.minsait.com/sites/default/files/newsroom_documents/strategicchallengesfmcgandretail.pdf

Pylypiuk A.

MODERN MARKETING COMMUNICATIONS AS ENHANCERS OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS ON GLOBALLY INTEGRATED MARKETS

Many countries of the world have always been directly or indirectly interconnected with each other recall at least the Great Silk Road or the Golden Triangle trade, or even the recent Chinese strategic program «The Belt and Road Initiative», where a number of projects between China and Europe will be implemented

under the name "New Silk Road". Nevertheless, no one even imagined that the time would come and global integration would reach such a level. Economic integration is now one of the most global aspects of the life of not only certain countries, peoples, companies and individuals, but also the whole world.

The formation of a single market for goods, services, labor and capital is a key condition for deep economic integration of countries in the modern world. In turn, freedom of movement and a single market for goods of the member states of the association is the basis for the formation of a single market, as well as increasing the competitiveness of national economies.

According to the McKinsey Global Institute, over the next decade, global interaction will grow threefold. By 2025, the number of consumers worldwide will grow to 1.8 billion people. Developing countries, as well as the spread of the Internet and digital technologies, will play a major role in this. According to the forecasts, the volume of movement of goods and services should reach \$ 54 trillion by 2025. [1]

On top of everything else, the use of the Internet is mainly changing the direction of globalization and creating new ways of interaction between national economies. According to statistics from Digital Overview Report 2021, the total population of the world is 7.83 billion people, of which 4.66 billion of are internet users (up by 316 million since this time last year), 4.20 billion are active social media users (up by 490 million since this time last year) and 5.22 billion are unique mobile users. [2]

It is worth highlighting that over the past few years, e-commerce has become an integral part of the global retail system. As with many other industries, retail has undergone significant changes since the presence of the Internet, and with the continued digitalization of modern life, consumers from almost all countries are now reaping the benefits of online transactions. [3]

As internet access and adoption grows rapidly around the world, the number of digital shoppers continues to grow every year. According to Statista Global e-commerce retail sales were \$ 4.28 trillion in 2020, and e-retail revenues are projected to grow to \$ 5.4 trillion in 2022. Online shopping is one of the most popular online

activities worldwide. In the year of the pandemic, global e-commerce retail sales were up more than 25 percent. [4]

Furthermore, one of the main platforms through which online trading is developing and information is exchanged are social media. Data analysis showed that at least 98 percent of users of any social media platform use at least one social network. Thus, we can conclude that companies can be active not on all platforms, but in one or two large social networks. The result will still be coverage of the full target audience. In addition, it is worth noting that now at least 6 platforms have over 1 billion monthly active users.

Facebook social media network has 2.740 billion active users, YouTube has 2.291 billion, WhatsApp has 2.000 billion, FB Messenger has 1.300 billion, Instagram has 1.221 billion, and WeChat has 1.213 billion [2]. For consumers, this is a huge opportunity to choose the necessary product or service for himself or herself and close their need for it, thanks to the study of the company and its product or service, their characteristics, reviews and so on, which is now easy to find in the same social networks. Now it is one of the most effective channels of communication with the consumer.

Moreover, for companies, this is also a great advantage, as through the use of social media, the cost of production and distribution of products is reduced. The decisive factor that influenced the use of the aforementioned marketing communications is the coronavirus (COVID-19) pandemic, which continues to have a significant impact on online consumer behavior around the world. With millions of people staying home in early 2020 to contain the spread of the virus, digital channels have become the most popular alternative to crowded stores and personal shopping. In June 2020, global e-commerce retail traffic reached a record 22 billion monthly visits, with demand for everyday goods such as food, apparel, and retail tech products being exceptionally high. How online usage, shopping habits and the overall future of global integration of economies look like will largely depend on how COVID-19 evolves. [5]

After carefully considering all of the above, it is important to underscore how the world has become interconnected with the help of modern marketing communications

and how familiar it has become for us. But if we look in more detail, we will see an incredibly intricate structure of economic ties, which is only gaining momentum. A new era has come for all countries of the world, where everyone can become a full-fledged participant in the global market. It requires a very clear strategy, and analytics of even modern communications that are carried out between countries, companies and people.

References:

1. World Trade Statistical Review. 2020. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts2020_e.pdf
2. Digital 2021: Global Overview Report — DataReportal – Global Digital Insights. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
3. E-commerce worldwide - statistics & facts. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>
4. Global retail e-commerce market size 2014-2023. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
5. E-commerce worldwide - statistics & facts 2021. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#dossier-chapter6>

Подзігун С.О.

АВТОМАТИЗАЦІЯ РОЗПОДІЛЬЧОЇ ЛОГІСТИКИ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Сучасні світові тенденції у логістиці, від глобалізації ланцюгів поставок до стрімкого зростання електронної комерції, посилили потребу у гнучкості складських операцій. Оскільки онлайн-торгівля споживчими товарами набирає обертів у всьому світі, ринок логістики електронної комерції стрімко розширився. Розподільчі центри як ключові елементи ланцюга поставок зіткнулись із необхідністю адаптуватися до швидкої обробки щораз більших замовлень. Очевидним рішенням проблеми зростаючого попиту на логістичних розподільчих центрах стало проведення їх автоматизації.

Автоматизація розподільчих центрів дозволяє скоротити час на виконання однотипних та трудомісних операцій та забезпечити високу пропускну здатність. Розвиток «Індустрії 4.0» дозволяє скористатись перевагами таких технологій для автоматизації складів, як мультимедійні системи (з англ. -

multishuttlesystems), інструменти аналітики, оптичне розпізнавання, конвеєрне з'єднання, системи управління (модулі автономного управління, планування ресурсів, ланцюга постачання та хмарні модулі), розумне сховище, 3-D друк, ройові автономні керовані роботи-транспортні засоби (з англ. - *swarm AGV robots*) та роботи-збирачі [1].

В умовах буму електронної комерції процес сортування у розподільчій логістиці стає надзвичайно важливим та найбільше потребує оптимізації. Після масштабного оновлення розподільчого центру DHL Express у Брюсселі в 2018 році та залучення роботів-сортувальників, потужність зросла з 12 000 відправлень на годину до 32 500 [2]. Окрім того, працівники також використовують спеціальні технології для більш ефективної роботи. Наприклад, технологія візуального відбору (з англ. - *visionpicking*) допомагає сортувати та комплектувати товари завдяки окулярам доповненої реальності. Вони відображають візуальні інструкції, що накладаються на реальні об'єкти (наприклад: зелене накладання сигналізує про правильне розташування, а червоне – про неправильне). А технологія голосового відбору (з англ. - *voicerpicking*) передбачає подачу голосових інструкцій через навушники, які спрямовують працівників до потрібних товарів та локацій. Дані технології значно полегшують роботу працівників, надаючи їм візуальні та голосові підказки, попереджають виникнення помилок, пов'язаних із впливом людського фактора.

Однак, перш ніж почати процес автоматизації розподільчих центрів, необхідно оцінити потенційний вплив різних технологій. Наприклад, технологія «цифрового близнюка» дозволяє спроектувати цифровий склад та візуалізувати складські операції для апробації нової моделі. Дана технологія може допомогти компаніям підвищити ефективність складу на 20-25%, перш ніж витратити кошти на тестування або експериментальне впровадження змін [3].

Amazon, що лідирує за трафіком у глобальному рейтингу веб-сайтів онлайн-роздрібною торгівлі, є яскравим прикладом компанії, що автоматизувала свої розподільчі центри [4]. На величезному складі у Стентоні роботів у 10 разів більше, аніж працівників. Робот Ernie доставляє ящики (*totes*) співробітникам за

допомогою роботизованої руки, Vertпереносить різні предмети, пересуваючись по всьому складу, Kermit та Scooter транспортують візки, аKivaпереміщує полиці[5]. На складі також функціонують розширені конвеєрні системи, що можуть сканувати штрих-коди з будь-якого боку упаковки та визначити подальше транспортування товару.Компанія має власні лабораторії – AmazonRobotics та AdvancedTechnology, де розробляють та тестують нові технології. Нині Amazon також розробляє дрони та безпілотні транспортні засоби, щоб прискорити процес перевезення товарів до навантажувачів[6].

Проте імплементація роботів на розподільчих центрахпередбачає врахування наступних елементів: інфраструктури, інтелекту та інтеграції[7]. Перш за все, розподільчі центри та складимають бути забезпечені високошвидкісним підключенням, наприклад 5G,для зв'язку об'єктів з роботизованим обладнанням і хмарними базами даних. Останні у свою чергу мають отримувати достатньо даних про діяльність центру, аби запуснути алгоритми машинного навчання для більш автономного та ефективного функціонування роботів. Однак, незважаючи на автоматичність виконання завдань, покладених на роботів, вони потребують втручання людини у стратегічне планування та оптимізацію ресурсів.

Тож тенденція стрімкого розвитку електронної комерції створює необхідність проведення змін у розподільчій логістиці. Зростання споживчого попиту у період пандемії є викликом для розподільчих центрів, і автоматизація в даному випадку дозволяє вчасно обробляти та доставляти замовлення, і таким чином підтримувати високий рівень сервісу та конкурентоспроможність міжнародного бізнесу.Сучасні технології «Індустрії 4.0» дозволяють автоматизувати рутинні процеси на розподільчих центрах та зробити їх більш ефективними. Такі компанії як Amazonта DHL інвестують у смарт-склади та створюють власні інноваційні центри, аби швидко та якісно задовольняти потреби споживачів та бути готовими до різких коливань попиту.

Список літератури:

1. Futureofretailoperations: Winninginadigitalera.McKinsey & Company. January 2020. URL:<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/future-of-retail-operations-winning-in-a-digital-era>(дата звернення 12.11.2021).

2. Innovative sortation doubles European capacity for DHL. BeumerGroup. URL: <https://www.beumergroup.com/i/dhl-brussels-sortation/> (дата звернення 12.11.2021).
3. Felipe Bustamante, Ashutosh Dekhne, Jörn Herrmann, and Vedang Singh. Improving warehouse operations—digitally. 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/improving-warehouse-operations-digitally> (дата звернення 13.11.2021).
4. E-commerce world wide - statistics&facts. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/> (дата звернення 13.11.2021)
5. Lauren Feiner. Amazon details new warehouse robots, ‘Ernie’ and ‘Bert’. 2021. URL: <https://www.cnbc.com/2021/06/13/amazon-details-new-warehouse-robots-ernie-and-bert.html> (дата звернення 13.11.2021).
6. Joseph N. DiStefano. Inside Amazon’s largest warehouse — where you’ll find more robots than people. 2021. URL: <https://www.inquirer.com/business/amazon-robots-delaware-largest-warehouse-fulfillment-20211017.html> (дата звернення 13.11.2021).
7. Thomas Evans. The Future of Robots: Making Distribution Centers Safer, Speedier and Smarter. 2021. URL: <https://www.forbes.com/sites/honeywell/2021/03/15/the-future-of-robots-making-distribution-centers-safer-speedier-and-smarter/?sh=706bfc00640d> (дата звернення 13.11.2021).

Рунаєв А.І.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ МЕДИЧНОГО ОБЛАДНАННЯ В УКРАЇНІ

Ринок медичного обладнання в Україні розвивається не рівномірно. Аналіз ринку медичного обладнання свідчить про те, що, наприклад, розподіл рентгенологічних досліджень в приватних і державних медичних закладах відповідає їхній ринковій частці, тобто на приватний сектор припадає близько 10% зроблених в 2018 році рентгенів. У той же час, по послугах КТ і МРТ картина дещо інша - в структурі послуг приватної медицини вони займають 40%, а державному секторі - всього 3,5%. Це свідчить про те, що прості рентген апарати в державних клініках і лікарнях все ще присутні і працездатні, а ось більш складне і дороге обладнання для комп’ютерної та магнітно-резонансної томографії зосереджено в основному у приватників. Саме в приватні медичні установи змушені звертатися пацієнти в разі необхідності використання високотехнологічного обладнання, про що побічно свідчить і статистика відвідуваності лікарів-фахівців в державних і відомчих клініках. Найбільша частка в них доводиться на медиків, які не використовують складні види

обладнання, таких як акушери-гінекологи, хірурги, ортопеди-травматологи. Ринок медичних виробів: можливості та виклики для операторів. Згідно з дослідженнями, проведеними компанією «Nielsen» у IV кв. 2015 р. у 60 країнах світу Україна знаходиться на 2-му місці в рейтингу найпесимістичніших країн з точки зору покупця. Індекс споживчої довіри в Україні становить 48, тоді як у Туреччині — 89, Росії — 74. Це пов'язано із настроєм українців. Тож якщо подивитися на відповіді опитаних українців з погляду впевненості у своїй роботі та перспектив кар'єрного зростання, то 48% стверджують, що все погано. [1,2,3] Щодо фінансового стану українців, то 25% опитаних вважають, що все погано, 48% — що з особистими фінансами все недобре. 46% респондентів вважають, що зараз несприятливий час для здійснення покупок та найкращий час для економії.

У контексті оцінки економічного стану України 95% опитаних вважають, що зараз країна перебуває у стані кризи. При цьому 70% респондентів не вірять, що навіть за рік Україна вийде із кризи. Основними тривогами українців у IV кв. 2015 р. стала війна (44% із них стурбовані цією темою), стан економіки (30%), рахунки за комунальні послуги (28%), ціни на продукти харчування (20%). При цьому побоювання європейців стосуються тероризму (22%), стану економіки (20%), роботи (19%), здоров'я (17%). Криза змінює поведінку українців. 59% наших співвітчизників витрачають менше на одяг, 55% економлять на газі та електриці, 49% скорочують витрати на розваги поза домом та 45% переходять на дешевші продуктові бренди. 27% опитаних українців відповіли, що у них не залишається грошей після придбання всього необхідного. Ті, у кого кошти залишилися, купують одяг (30%), відкладають у вигляді заощаджень (27%) або ж витрачають на відпочинок/відпустку. [4] В умовах конкуренції та розвитку взаємодії з покупцем FMCG-ринок використовує сучасні механізми, такі як планограмування, націлення, програми лояльності, вивчення поведінки покупців у точках продажу за допомогою технології Eye-tracking. Окремо В. Брик зупинився на private label-напрямку, який активно розвивається, не вимагає великих витрат на рекламу та просування, але дозволить досягти збільшення обсягу продажів, сприяючи лояльності покупців до продукції мережі. Так, у Європі частка private label становить 30% від загального продажу FMCG (наприклад у Швейцарії —

46%). В Україні ця цифра становить 8%.[5] Незважаючи на всі існуючі труднощі, 76% опитаних повідомили, що вже пройшли або ще проходять процедуру оцінки відповідності. Ця тенденція свідчить про те, що ринок справді готовий та підтримує перехід ведення бізнесу на нові європейські правила. Подолання : відсутність єдиної державної політики над ринком медичних виробів; зарегульованість ринку (у тому числі граничні надбавки та необхідність декларування оптово-відпускних цін); висока вартість процедур «входу» ринку відповідно до вимог технічних регламентів; непрозорість бюджетних закупівель медичних виробів; продаж нелегально завезеної продукції та відсутність контролю за її реалізацією (особливо через онлайн-сервіси); реалізація б/в медичних виробів; відсутність класифікації медичних виробів; корупція; нестабільність курсу національної грошової одиниці стосовно іноземної. Значно покращать ситуацію на ринку Українського медичного обладнання.

Список літератури:

1. Wikipedia (2019), "Integration", available at: <http://uk.wikipedia.org/wiki> (Accessed 01 November 2019).
2. Misyats, T.V. (2010), "Assessment of the effectiveness of economic cooperation between the countries at the current stage of world development", *Visnyk ZhDTU*, vol. 2, pp. 266—270.
3. Robson, P. (1987), *The economic of international integration*, Allen and Unwin, London, UK.
4. Balassa, B. (1961), *The theory of economic integration*, Richard D. Irwin, Illinois, USA.
5. Dolgov, S.I. (2006), "Globalism as the highest stage of capitalism", *Rossijskij vneshneekonomicheskij vestnik*, vol. 1, pp. 4—8.

Русняк М.І.

СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У МІЖНАРОДНІЙ ТОВАРНІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВ

Прискорення темпів науково-технічного прогресу, що відбувається в останні роки, посилення конкуренції, яке спричиняється глобалізацією економіки, періодичні фінансові кризи, різко загострюють проблему конкурентоспроможності товаровиробників на світовому ринку, загострюють проблеми пошуку і реалізації конкурентних переваг. Динамічні зміни у міжнародному маркетинговому середовищі потребують постійного удосконалення та оновлення асортименту продукції, технологій її виробництва та просування на ринку. За цих умов товаровиробники повинні мати в своєму

асортименті, як мінімум, кілька різновидів продукції, що знаходяться на різних етапах життєвого циклу і взаємно доповнюють один одного, тобто диверсифікований асортимент.

Диверсифікація (від латин. *Diversus* — різний і *facere* — робити) — це діяльність, спрямована на одночасний розвиток декількох або багатьох не взаємопов'язаних технологічних видів виробництва або обслуговування, розширення асортименту товарів або послуг. Диверсифікація дає змогу підприємствам при складній економічній кон'юнктурі продовжувати діяльність за рахунок виробництва широкого асортименту продукції. Можливі збитки від нерентабельних виробів (тимчасово, особливо нових) перекриваються прибутком від інших видів продукції [1].

Існують різні підходи до диверсифікації товарного асортименту, які можна об'єднати у дві великі групи.

1) Внутрішнє зростання - диверсифікація діяльності в межах одного підприємства. Передбачає диверсифікацію товарного асортименту існуючого підприємства за рахунок використання наявних і залучених ресурсів. На підприємстві існують різні можливості внутрішньої диверсифікації: розробка продукції, подібної до існуючої; створення зовсім нової продукції; диверсифікація ринків; диверсифікація технологій. Головною причиною внутрішньої диверсифікації компанії стає надлишок ресурсів, які можна використати у виробництві нової продукції або продукції, яка випускалася, за більш ефективною технологією для отримання додаткового прибутку. Мета внутрішньої диверсифікації полягає у створенні основи для забезпечення збереження підприємства у майбутньому;

2) Зовнішнє зростання - диверсифікація у процесі злиття та поглинання. Передбачає об'єднання підприємств, пов'язаних або не пов'язаних технологічним ланцюжком. До переваг цієї групи методів диверсифікації необхідно віднести наявність відпрацьованих технологій, функціональних зв'язків із постачальниками, налагоджених каналів збуту, високий рівень попиту на продукцію компанії, висока кваліфікація персоналу, а також популярність

продукції, імідж підприємства, що значно зменшує обсяг додаткових інвестицій. При зовнішньому зростанні компанія постає перед вибором: придбати успішне підприємство за високу ціну або низькорентабельне, проте дешевше підприємство. Цей вибір залежить від стратегічного потенціалу компанії. [2].

Диверсифікація товарного асортименту у міжнародному бізнес-портфелі підприємства — це складний та багатогранний процес розвитку з урахуванням потенціалів зарубіжних ринків та специфіки попиту споживачів.

Вибір тої чи іншої стратегії товарної диверсифікації підприємство повинно здійснювати базуючись на критеріях максимізації прибутковості та мінімізації ризику, враховуючи переваги і недоліки цього процесу [3, с. 245].

Обираючи стратегію диверсифікації, необхідно орієнтуватися на реалізацію розробленої корпоративної місії, постійний аналіз поточної ситуації, оцінку конкурентних позицій підприємства на ринках різних країн тощо.

Список літератури:

1. Ковтун О. А. Основні підходи до визначення цілей та типів диверсифікації виробництва / О. А. Ковтун // Інвестиції: практика та досвід. — 2007. — №22. — С. 35 — 38.
2. Корінько М. Д. Організаційно-економічний механізм диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання / М. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — №6. — С. 135 — 142.
3. Пересадько Г. О. Управління диверсифікаційною політикою у контексті концепції інноваційного розвитку/ Г. О. Пересадько, В. А. Цимбал // Механізми регулювання економіки. — 2007. — №1. — С. 245.

Савіна Є.В.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ ЯК ЧИННИКИ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Глобальна економічна інтеграція є багатогранним явищем, яке на сьогодні відіграє надзвичайно важливу роль у розвитку світової економічної системи та має безліч проявів у світовій економіці. Одним з її проявів є посилення інтеграційних процесів на світовому автомобільному ринку, викликане сьогоденніми тенденціями його розвитку.

Світовий автомобільний ринок – це система міжнародних відносин між суб'єктами різного рівня з приводу купівлі та продажу транспортних засобів та їх компонентів у всіх країнах світу [1; 2; 3]. З територіальної точки зору світовий автомобільний ринок – це сукупність окремих автомобільних ринків регіонів та країн [4]. На сьогодні рушійною силою інтеграційних процесів на світовому авторинку є декілька основних трендів на ньому.

Технічний прогрес завжди був і залишається важливим трендом, який впливає на розвиток світового автомобільного ринку. Сьогодні основними його проявами є зміни у процесі виробництва продукції (3D-друк, автоматизація, робототехніка тощо), розробка та використання нових матеріалів для створення продукції (більш легкі та міцні полімери), діджиталізація процесів виробництва та постачання товарів (штучний інтелект, технології блокчейну, хмарні обчислення, машинне навчання, інтернет речей) і розвиток нових продуктів та послуг на ринку (електромобілі, автономні транспортні засоби та системи допомоги водієві, каршерінг) [4; 5].

Крім технічних змін, збільшується увага компаній до маркетингового аспекту діяльності підприємств. Маркетингові потреби для провідних компаній перестали бути лише однією з функцій та відіграють важливу роль у стратегічному плануванні. Виробництво підлаштовується під потреби покупців навіть у деталях салону; підвищується кількість автоматичних функцій, розширюються функції навігації та безпеки, поширюється використання Інтернету та концепції connected car для забезпечення роботи зазначених функцій [6].

Незважаючи на вплив COVID-19, процеси глобалізації продовжують суттєво впливати на кон'юнктуру світового автомобільного ринку. Глобалізація історично є одним з ключових чинників саме для автомобільної галузі. Сьогодні мобільність і можливість перенесення виробництв або представництв в різні країни в залежності від потреб компанії і вигідності розташування продовжують формувати світовий автомобільний ринок [7]. Ще одним проявом глобалізації є розробка та посилення регіональних та міжнародних стандартів (особливо екологічних) [4].

Важливою тенденцією є водночас наявність деглобалізаційних процесів внаслідок відмінностей потреб і можливостей споживачів на регіональних ринках. Так, продовжує зростати роль азійських виробників автомобілів (наприклад, Toyota, Nissan, Hyundai) та постачальників автозапчастин у світовому масштабі (наприклад, Denso, Aisin Seiki, Hyundai Mobis) [7].

Зміна демографічних показників має значний вплив на споживання в автомобільній промисловості. З одного боку, очікується підвищення попиту внаслідок зростання середнього класу, спрогнозованого ООН [5]. З іншого, змінюється відношення молоді до автомобілів, що зміщує фокус з придбання самого автомобіля до придбання послуг мобільності, а також з використання автомобілів до використання транспортних засобів з сегменту мікромобільності (велосипеди, електросамокати тощо) [8].

Надзвичайно велике значення має тренд на підвищення екологічних вимог до транспортних засобів, оскільки через специфіку продукції відповідність екологічним стандартам (ISO 14001, Регламенти Європейської комісії №№2017/1151, 715/2007, 2019/1939 та інші) є обов'язковою умовою для виробництва та торгівлі автомобілями та автозапчастинами [9]. Дотримання вимог стандартів підвищує витрати компаній, що поступово змінює структуру ринку, відсіюючи менш конкурентоспроможні компанії та збільшуючи частку транспортних засобів з електричним двигуном.

Криза, викликана пандемією COVID-19, негативно впливає на світову автомобільну галузь як через економічний спад та зменшення споживання загалом, так і через специфічні причини, такі як логістичні проблеми у зв'язку зі зменшенням мобільності, контейнерна та напівпровідникова кризи, опосередковано спричинені пандемією [5].

Торговельна війна між США та Китаєм, яка розпочалася у 2018 р., також спричинила негативний вплив на світовий автомобільний ринок через посилення обмежень у торгівлі (наприклад, обмеження постачання напівпровідників для Huawei, що стало одним з чинників напівпровідникової кризи) [10].

Таким чином, характер впливу сучасних тенденцій демонструє, що світовий автомобільний ринок є цілісною та взаємопов'язаною системою постачальників, покупців та посередників. Водночас тенденції, що сьогодні впливають на автомобільну галузь, є наслідками діяльності інших складових глобальної економічної системи, і схильність світового автомобільного ринку реагувати на них є свідченням того, що він є частиною глобальної інтегрованої економічної системи.

Список літератури:

1. Міжнародна економіка : підручник / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Я. М. Столярчук. — К. : КНЕУ, 2014. — 762, [2] с. ISBN 978–966–483–928–7.
2. Білецька Л. В., Білецький О. В., Савич В. І. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка). Навч. пос. 2-ге вид. перероб. та доп. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 688 с.
3. Alan K. Binder. Automotive industry [Електронний ресурс] / Alan K. Binder // Encyclopedia Britannica. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.britannica.com/technology/automotive-industry>.
4. Вовчанська О. М. Основні детермінанти розвитку кон'юнктури світового ринку автомобілів [Електронний ресурс] / Ольга Михайлівна Вовчанська // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16082316199464.pdf#page=89>.
5. О. П. Савич. Сучасні тенденції і перспективи розвитку глобального автомобільного ринку [Електронний ресурс] / О. П. Савич // Ефективна економіка. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5178>.
6. Five trends transforming the Automotive Industry [Електронний ресурс] // PWC. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://www.pwc.at/de/publikationen/branchen-und-wirtschaftsstudien/easy-five-trends-transforming-the-automotive-industry_2018.pdf.
7. І. А. Малюта. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан та тенденції розвитку [Електронний ресурс] / І. А. Малюта, Н. О. Небаба, А. Е. Колісник // Агросвіт. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: http://www.agrosvit.info/pdf/7_2020/17.pdf.
8. ISO 14001 Environmental Management for Automotive [Електронний ресурс] // BSI Group. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bsigroup.com/globalassets/localfiles/de-de/iso-14001/iso-14001-for-automotive-bsi-web.pdf>.
9. Market Size 2021 Growth Rate by Application Analysis, Latest Trends, Top Key Players, Business Development, Opportunities, Types and Forecast to 2024 [Електронний ресурс] // Marketwatch. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.marketwatch.com/press-release/automotive-prognostics-market-size-2021-growth-rate-by-application-analysis-latest-trends-top-key-players-business-development-opportunities-types-and-forecast-to-2024-2021-09-21>.
10. Yang Yao. China-U.S. Trade War Strategy for the Automotive Industry—Based on the Industrial Policy Perspective [Електронний ресурс] / Yang Yao // 2020 Conference on Social Science and Natural Science. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: http://proceedings-online.com/proceedings_series/SH-SOCIALS/SSNS2020/SSNS05601.pdf.

ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ HR-КОНСАЛТИНГУ

З початком пандемії COVID-19 для сучасних підприємств загострилась потреба у професійних консультаційних послугах через мінливість та невизначеність міжнародного економічного середовища. Щодня кадрові відділи будь-якої компанії стикаються з проблемами: «Як налаштувати роботи віддалених команд?», «Як підвищити мотивацію персоналу під час віддаленої роботи?», «Як забезпечити психологічне здоров'я персоналу в поточних умовах?» та багато інших. На всі ці питання можуть відповісти HR- консультанти.

Вважається, що поняття «управлінський консалтинг», однієї із складових якого є кадровий консалтинг, ввів Марвін Бауер засновник «МакКінсі енд Компані» у 1939 році, суть професії консультант він виражав так: «Надання авторитетних, незалежних і неупереджених консультацій компаніям будь-якого типу по всьому спектру основних проблем управління» [1, с.76].

Але сама консалтингова діяльність існувала ще задовго до виникнення поняття, адже необхідність у залученні сторонніх консультантів для розв'язання управлінських проблем існувала завжди. Так, наприклад у Древній Греції про необхідність спеціалізації виробничих процесів говорив ще Платон. Сократ, аналізуючи діяльність тогочасних управлінців у різних сферах діяльності, говорив про те, що головне завдання керівника – поставити потрібну людину на потрібне місце і домогтися виконання вказівок.

У сучасному вигляді консалтинг почав зароджуватись в ході промислової революції з появою перших фабрик та пройшов такі етапи розвитку:

- 1 етап (1903-1914 рр.) - зародження професії «консультант» та поява перших консультантів з ефективності виробництва;
- етап (1914-1960 рр.) - становлення ринку консалтингових послуг, який включав наступні фази:
 - фаза 1 (1914-1933 рр.) - поява професій та виду бізнесу – управлінський консультант;
 - фаза 2 (1933-1945 рр.) - розвиток промислового консалтингу по всьому світу;

- фаза 3 (1945-1960 рр.) - активний розвиток поведінкових теорій;
- 3 етап (1960 по теперішній час) - Прискорення зростання ринку

консалтингових послуг:

- «Золоті роки консалтингу» (1960-1970 рр.) - тенденції активного злиття та поглинання у бізнесі;

- «Продовження росту» (1970-1987 рр.) – розвиток методів стратегічного управління;

- консалтинг стає загальноновизнаною всесвітньою галуззю [2, с. 14].

Загалом, HR-консалтинг або консалтинг – це консультаційна діяльність, яка включає діяльність, пов’язану з управлінням людським капіталом організації та функцією HR. Спектр послуг коливається від комплексної роботи над стратегією людського капіталу, розробки системи винагород і пільг до трансформації функції HR.

Ринок кадрового консалтингу є найменшим сектором консалтингових послуг – на нього припадає лише 12% [3] від усіх наданих послуг та таким, що зазнає найбільшого впливу криз – за оцінками аналітиків, витрати на консультування з управління персоналом скоротилися на 10% або більше у країнах з високим рівнем розвитку [4].

В той же час, у третьому кварталі 2021 року більшість деструктивних факторів, спричинених пандемією, було подолано, і як економіка, так і сектор кадрового консалтингу починають відновлюватись, і гнучкіші компанії стають переможцями у новій нормі з підвищеною невизначеністю.

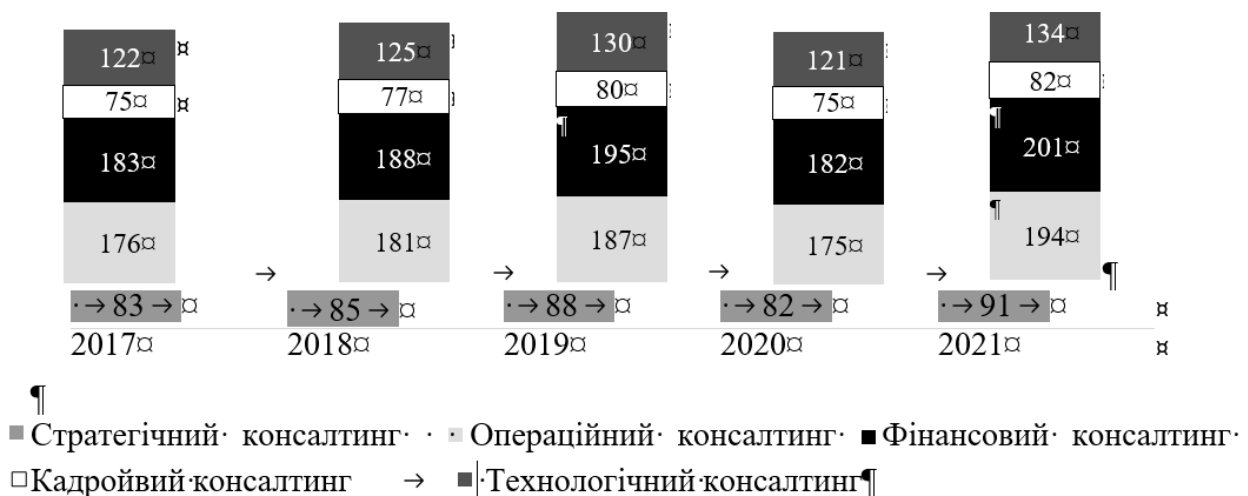


Рис. 1 Кадровий консалтинг у структурі глобального консалтингового ринку, млрд дол США [4]

З рисунку 1 можна побачити, що консалтингова галузь відновила досить швидкими темпами і наразі об'єм глобального консалтингового ринку перевищує допандемічні показники. Загалом очікується, що світовий ринок консультаційних послуг з персоналу з 82 млрд доларів у 2021 році до 87 мільярдів доларів у 2022 році. Це пов'язано з тим, що у період пандемії багато компаній почали приділяти більше уваги своїм співробітникам, у тому числі їх ментальному здоров'ю.

Аналізуючи історію становлення та розвитку консалтингової діяльності, можна зробити висновок, що управлінський консалтинг загалом, та HR-консалтинг зокрема, виявився дуже гнучким та здатним адаптуватися, оскільки консультанти завжди прагнули підтримувати попит на свої послуги в умовах, які іноді радикально змінюються, тому уважно стежили за основними тенденціями в теорії управління та технологіях.

Список літератури:

1. Едершайм Елізабет Хаас. Марвін Бауер, засновник McKinsey & Company. Серія #PROCreators. - Харків: Фабула, 2021. - 320 с.
2. Охріменко О. О., Кухарук А. Д. Міжнародний консалтинг: навч. посіб. / О. О. Охріменко, А. Д. Кухарук. – К. : НТУУ «КПІ», 2016. – 184 с.
3. Global HR Advisory Services Market Report 2020-2030 [Електронний ресурс] // 2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/01/07/2155088/28124/en/Global-HR-Advisory-Services-Market-Report-2020-2030.html>
4. Global Management Consultants - Market Size 2005–2027 [Електронний ресурс] // 2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/hr-consulting-industry/>
5. Попова Н. В. Управлінський консалтинг : навчальний посібник / Н. В. Попова, К. Д. Гурова ; 2-ге вид. – Х. : Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. – 306с.

Серко А.В.

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ В ІТ-СЕКТОРІ

В даний час ринок інформаційних технологій (ІТ) є одним з тих, що характеризується найбільш динамічним розвитком та відіграє важливу роль у формуванні економіки країн світу.

Сектор ІТ - це бізнес-сектор, який займається обчислювальною технікою, включаючи апаратне забезпечення, програмне забезпечення, телекомунікації та

взагалі все, що бере участь у передачі інформації. Суб'єктом у ІТ-секторі є компанії, які створюють програмне забезпечення, апаратне або напівпровідникове обладнання, або компанії, що надають інтернет-підключення або супутні послуги. Об'єктами діяльності таких компаній є програмне забезпечення та апаратне обладнання або послуги з підтримки та консультування з питань інформаційного та технологічного забезпечення.[1]

Передовими країнами у створенні технологій та розвитку ІТ-сектору вважаються США, ЄС та Китай. Як можна прослідкувати з рис. 1, США є найбільшим ринком технологій у світі, що становить 32% від загального обсягу ринку, або приблизно 1,6 трлн. дол. США в 2020 р. На другому місці знаходиться ІТ-ринок ЄС, який займає 20% від світового обсягу ринку ІТ-сектору, а третє місце посідає китайський ІТ-ринок - 14% від світового обсягу ринку ІТ-сектору у 2020 році.

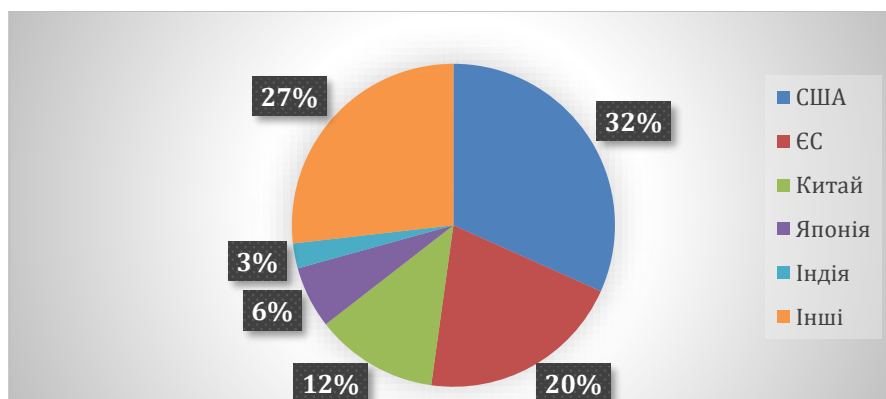


Рис.1. Частка країн на глобальному ІТ-ринку, 2020 рік.

Джерело: [2]

У силу розвитку цифрових технологій, компанії кардинально змінюють підхід до своєї міжнародної маркетингової діяльності, невід'ємною складовою якої є використання основних інструментів маркетингу: товару, ціни, розподілу і просування, та окрім того, виділяють п'ятий важливий елемент комплексу маркетингу для ІТ-сектору - управління відносинами з клієнтами (CRM).[3]

Гравці ринку ІТ-сектору активно використовують технології маркетингу у своїй міжнародній діяльності. Основними технологіями міжнародного маркетингу, що використовуються для просування ІТ-компаній є аналіз ринку,

сегментування, таргетування, PR, брендинг, CRM-технології, продакт-плейсмент та трейд-маркетинг. Технології міжнародного маркетингу включають в себе ряд інструментів цифрового маркетингу, що дозволяє досягти найкращих результатів під час просування продуктів та послуг ІТ-сектору та максимізувати прибуток компанії. [4,5,6]

За даними у 2020 році, лідерами світового ІТ-сектору стали Amazon, Apple, Alphabet (Google), Microsoft, Facebook - всі вони базуються у США. У табл. 1. наведені основні показники вищезгаданих компаній.

Таблиця 1

Топ-5 лідерів світової ІТ-індустрії

Компанія	Дохід, млрд. дол. США	Ринкова капіталізація, млрд. дол. США	К-сть співробітників	Індустрія
Amazon	280	1569	798400	хмарні технології, штучний інтелект, е-комерція
Apple	274	2169	147000	програмне забезпечення, штучний інтелект, фінтех, хмарні обчислення
Alphabet	161	1171	119000	Хмарні технології, Інтернет, програмне забезпечення, цифровий маркетинг.
Microsoft	143	1611	163000	Програмне забезпечення, Інтернет, хмарні технології
Facebook	71	670	45000	Соціальні мережі, цифровий маркетинг.

Джерело:[7]

Розглянемо, які саме інструменти цифрового маркетингу використовує провідна світова ІТ-компанія Apple.

Apple Inc., раніше Apple Computer, Inc., - американський виробник персональних комп'ютерів, смартфонів, планшетних комп'ютерів, периферійних пристроїв для комп'ютера та комп'ютерного програмного забезпечення. Це була перша успішна компанія з персональних комп'ютерів та популяризатор графічного інтерфейсу користувача. Штаб-квартира знаходиться в Купертіно, Каліфорнія. Чистий прибуток компанії у 2020 році склав 57,4 млрд. дол. США. Цієї цифри неможливо було б досягти без проведення активної маркетингової діяльності. Структура маркетингових витрат компанії Apple у 2020 році

розподілилась наступним чином: 61% становила дисплейна реклама на персональних комп'ютерах та 29% - відеореклама для персональних комп'ютерів. Інші 10% розподілились між відеорекламою на мобільних пристроях (7%), дисплейною рекламою для мобільних пристроїв (2%) та рекламою у соціальних мережах (2%).[8]

У зв'язку з тим, компанія Apple у 2020 році зробила акцент на відеорекламі – основною платформою для розміщення маркетингових оголошень став онлайн відео-хостинг YouTube, на який припадає понад 85% всіх показів оголошень. Twitter (2%) та веб-сайти, орієнтовані на розваги (13%), доповнюють решту платформ для показу рекламних оголошень компанії, але вони значно відстають від YouTube як пріоритетної рекламної платформи Apple.[8]

Для досягнення успіху ІТ-компанії і максимізації її прибутку, дуже важливо використовувати ефективні технології міжнародного маркетингу і застосовувати найбільш відповідні цифрові інструменти. Для цього, компаніям важливо знати про поточні маркетингові тенденції і бути в курсі того, куди прямує міжнародний маркетинг в майбутньому.

Список літератури:

1. Jake Frankenfield. Technology Sector [Електронний ресурс] / Jake Frankenfield – Режим доступу до ресурсу: https://www.investopedia.com/terms/t/technology_sector.asp.
2. Global market share of the information and communication technology (ICT) market from 2013 to 2021, by selected country [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/263801/global-market-share-held-by-selected-countries-in-the-ict-market/>.
3. Nita Adi. Marketing. Note de curs cap.1 Notiuni introductive.1.1 Definirea conceptului de marketing [Електронний ресурс] / Nita Adi – Режим доступу до ресурсу: <https://www.academia.edu/13203414/MARKETING>.
4. 12 types of Digital Marketing and how to use them [Електронний ресурс] // 2020 – Режим доступу до ресурсу: <https://rockcontent.com/blog/types-of-digital-marketing/>.
5. Виды маркетинговых технологий: классические vs современные [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://t-laboratory.ru/2019/06/13/vidy-marketingovyh-tehnologij-klassicheskie-vs-sovremennye/>.
6. Святненко В. Маркетингові технології як засіб ефективного розвитку вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / Святненко В.. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/161_44-49.pdf.
7. Statista Digital Market Outlook - eCommerce report 2021 [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/study/42335/ecommerce-report/>.
8. Apple Marketing: How Apple is Using Digital Advertising in 2020 [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pathmatics.com/blog/how-apple-is-using-digital-to-promote-its-major-2020-launches>.

ХАРАКТЕРИСТИКА ПЛАНУ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК КОМПАНІЇ З ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНИХ ДОБРИВ (БІОГУМУСУ) «СМАРТ АГРО»

З інтенсифікацією процесу глобалізації, поступовим усуненням зовнішньоторговельних бар'єрів і стиранням кордонів між країнами зростатиме стимул для компаній інтернаціоналізувати свою діяльність і забезпечити своєму бізнесу новий розвиток.

У роботі були розглянуті основні теоретичні підходи до планування та організації виходу бізнесу на ринок іншої країни. І в ході вивчення цього питання можна зробити такі висновки:

Основними причинами для виходу на зарубіжний ринок можуть бути наступні фактори: відносна насиченість внутрішнього ринку і поява можливості здійснення бізнесу за кордоном; наявність невикористаних виробничих потужностей; сприятлива комерційна ситуація на зарубіжних ринках; можливість ліквідації сезонності в попиті на товар; можливість продовжити життєвий цикл товару; зміна купівельної спроможності і обмінного курсу національної валюти. При виході на ринок іншої країни компанія може використовувати різні підходи: експорт, спільне підприємство, франчайзинг, поглинання. Розглянуто основні перешкоди та передумови виходу на міжнародні ринки.

Виходячи з аналізу кращих практик із виходу на міжнародні ринки вітчизняних компаній, пов'язаних із органічним землеробством, розроблено такі рекомендації:

- логістика: близькість до основних ринків та (або) зручність логістичної діяльності та скорочення часу, необхідного для відряджень топ-менеджерів та ключових співробітників на місце, де розташовується закордонний підрозділ;

- оцінити можливості різноманітних варіантів розвитку продажів на ринках: через локальних дистриб'юторів чи безпосередньо споживачам. Ризики полягають у тому, що дистриб'ютор не завжди зможе достатньо добре освоїти технічні питання, пов'язані зі складним продуктом, а також не завжди зможе виділяти достатньо ресурсів на розвиток продажу нової іноземної компанії,

частка якої на ринку ще мала, а самі ринки з продукцією компанії не знайомі. Зворотна ситуація передбачає необхідність розгортання сервісної мережі, найму та навчання консультантів та фахівців з ремонту та обслуговування, що потребує значних постійних витрат. Практика щодо цього дуже різна і підтверджує, що вибір моделі продажів залежить від різних факторів, пов'язаних з компанією та її продукцією. В цій ситуації саме розвиток експортних продажів може дати необхідні стимули для освоєння нових технологій, удосконалення ключових бізнес-процесів та перетворення вітчизняного виробника на гравця світового рівня;

- необхідно обов'язково враховувати і сертифікаційні вимоги, тобто вимоги стандартів, і звички клієнтів;

Основною перешкодою для виходу на зарубіжні ринки для даної компанії є високі вимоги щодо стандартизації продукції.

Маркетингове середовище впливає на всі рівні діяльності компаній. При врахуванні його специфіки при плануванні маркетингової політики, вдається уникнути непередбачених криз та знизити рівень основних ризиків при виході на новий ринок. Дослідження показало, що перед розширенням діяльності на новій території компанії необхідно залучити фахівців, щоб провести аналіз маркетингового середовища (макросередовища та мікросередовища). Визначити стан зовнішнього та внутрішнього середовища допомагають SWOT-аналіз, PEST-аналіз та ін.. Дані дослідження вказують на те, що вихід на новий ринок є тривалим і складним процесом, який пов'язаний з ризиком для іміджу компанії. Тим не менш, розширення діяльності на новій території залишається головним пріоритетом великих компаній через можливості, що представляються новим ринком. Розроблені пропозиції щодо вдосконалення стратегічних комунікацій компанії в умовах економічної кризи, що включають просування бренду по онлайн та офлайн каналам.

Список літератури:

1. Ларіна Я. С. Методичні підходи щодо забезпечення економічної стійкості підприємств на основі маркетингового моніторингу. Проблеми системного підходу в економіці. 2018. Вип. 3(1). С. 93–98.

2. Вінюкова О.Б., Чугрій Г. А. Ринок органічної продукції в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 26-1. С. 42—47.

3. Казанджі А.В. Стратегічні вектори розвитку ринку органічної продукції України. Інтелект XXI. 2018. № 1. С. 72—76.

Скрипник Д.О.

ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ ВИХОДУ КОМПАНІЇ НА ЗАРУБІЖНІ РИНКИ

Компаніям, які виходять на міжнародний ринок необхідні експортні стратегії і плани для того, щоб мати можливість вчасно коригувати свою діяльність. [3]

Американський економіст, А. Мескон вважає, що стратегія компанії - комплексний план, що є сформованим для здійснення цілей організації. Американський дослідник стратегії і структури організацій А. Чандлер, що стратегія – це встановлення основних довгострокових цілей підприємства, а також напрямку дій і ресурсів, що необхідні для досягнення поставлених цілей [1].

У сучасній глобальній економіці існує кілька стратегій, за допомогою яких компанія може вийти на зарубіжний ринок: експорт, спільне підприємництво та пряме інвестування.

Термін «експорт» походить від концепції продажу товарів і послуг з країни. Продавець таких товарів і послуг іменується «експортером», який базується в країні експорту, тоді як закордонний покупець іменується «імпортером». У міжнародній торгівлі під експортом розуміється продаж товарів і послуг, вироблених у рідній країні, на зарубіжні ринки [4].

Експорт поділяється на прямий експорт та непрямий експорт. Непрямий експорт - продаж товарів на зовнішньому ринку за допомогою незалежних маркетингових посередників. Прямий експорт у свою чергу - це продаж товарів на зарубіжному ринку самостійно.

Для розширення своїх кордонів компанії виходять на нові ринки збуту, використовуючи для цього експортну стратегію.

Експортна стратегія компанії – план, який забезпечує конкурентоспроможність визначеної продукції на міжнародному ринку і за допомогою якого досягаються визначені цілі компанії на зарубіжному ринку. [5]

Експортна стратегія не має суперечити загальній стратегії компанії і повинна орієнтуватись на поставлені цілі у повному обсязі, наприклад: реалізація продукції у визначеному обсязі, покриття необхідних каналів збуту на зарубіжному ринку, дотримання цінової політики.

Експортний план, передбачає наявність таких елементів [5]:

1. Визначення цілей експорту;
2. Аналіз виробничо-збутових можливостей та оцінка експортного потенціалу фірми шляхом співвідношення її можливостей та ресурсів;
3. Вибір ринку або ринків;
4. Визначення товарної політики;
5. Визначення цінової політики;
6. Визначення збутової політики;
7. Визначення комунікаційної політики;
8. Отримання допомоги експертів з експорту в спеціалізованих консалтингових фірмах [5].

Наразі борошняні кондитерські вироби – одна з перспективних для експорту категорій української продукції. За 4 місяці 2020 року із звітів Державної митної служби України Україна експортувала борошняні кондитерські вироби (категорії HS1905) на суму 61 млн. дол. США, що є на 26% більше, ніж обсяг експорту аналогічного періоду 2019 року. Найменший обсяг експорту у квітні під час пандемії COVID-19 становив 13 млн. дол. США [2].

У 2019 році обсяг світового імпорту борошняних кондитерських виробів склав 37,3 млрд. дол. США. За останні чотири роки імпорт у грошовому вимірі зростав на 7% щорічно, а в натуральному – на 11% щорічно [2].

До українських виробників борошняних кондитерських виробів, які застосовують стратегію прямого і непрямого експорту, належать: ТОВ ТД "Київхліб", ДП «КК «РОШЕН» ПП "ДЕЛІЦІЯ" «ТОВ "Богуславський Завод Продтоварів", АТ "ВО "КОНТИ", ТОВ "КФ "ЯРИЧ", ПП ВТК "ЛУКАС".

В подальшому українським виробникам необхідно розширювати кордони та збільшувати обсяги реалізації продукції не лише за допомогою експорту, а й

застосовуючи форми спільного підприємництва або стратегію прямого інвестування, як світові лідери кондитерських виробів: Mars, Incorporated, Mondelez International, Inc., Nestlé SA, Ferrero Group, The Hershey Company, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG.

Список літератури:

1. Довгань Л. Є. Стратегічне управління / Л. Є. Довгань., 2009. – 440 с.
2. Тренди світового ринку борошняних кондитерських виробів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://export.gov.ua/industry/review/28>.
3. Разработка экспортной стратегии [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://sbc.kiev.ua/uslugi/razrabotka-jekspornoj-strategii/>.
4. Gains from Trade [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://courses.lumenlearning.com/boundless-economics/chapter/gains-from-trade/#:~:text=In%20international%20trade%2C%20an%20export,to%20as%20the%20%E2%80%9Cexporter.%E2%80%9D>.
5. Карагулян А.Е. Работа предприятия по выходу на внешний рынок. Маркетинговые исследования. Стратегии выхода компании на внешние рынки / А.Е. Карагулян., 2015. – 40 с.

Stepanova D R.

INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES TO SUPPORT INTEGRATED SUPPLY CHAIN PLANNING

Information systems, information technologies are the basis of modern logistics and tools for effective supply management. In this case, information systems are understood as software together with data, database management systems and operating platforms.

One of the main tasks associated with the implementation of integrated supply chain planning is the information support of the process. Information technologies are determined by strategic decisions taken at the stage of development of the integrated planning system.

The main objectives of using information technology for supply chain planning are:

- creation of an optimally synchronized multi-link supply chain to fulfill customer orders;
- achieving the necessary level of information openness regarding demand, capacity utilization, and inventory levels in the supply chain.[1]

It is important to remember that the supply chain performs two main functions. The physical function of the supply chain is visible to anyone: materials turn into parts,

and those into finished products, and all this moves in one way or another in space. The intermediary function of the supply chain is less obvious, but no less important — what consumers need should come to the market.

Both functions, of course, are performed with some costs. In the course of performing a physical function, the costs of production, transportation and storage arise. The intermediary function implies costs of a different kind: when supply exceeds demand, it is necessary to lower prices and sell at a loss, and when demand exceeds supply, there are lost revenues and dissatisfied customers.

In conditions of predictable demand for functional products, the costs of mediation are relatively small. Therefore, companies producing such products can focus on reducing physical costs. It is such companies that usually use information systems that allow for the manufacturing resource planning (MRP).[6]

The software used for these purposes makes it possible to manage orders, production and deliveries, which leads to a decrease in inventories throughout the supply chain and an increase in production efficiency. The most important information in such cases is information about events within the supply chain.

This approach, however, is absolutely unsuitable for innovative products. In the case of innovative products, the costs of mediation are dominant.[5]

Critical information in such cases is located outside the supply chain — on the market. The most important decisions that management needs to make in this case are not about reducing costs and inventory, but about where in the supply chain the stocks needed to best meet poorly predictable and rapidly passing demand should be placed. These companies use ERP systems.[3]

ERP systems provide planning and management of both material and financial resources of the enterprise.[4] The content of modern ERP systems in the field of production and logistics is the idea of optimal planning of available resources for the manufacture of final products, taking into account the utilization of production capacities.

Powerful systems turned out to be insufficiently flexible to adequately respond to fluctuating demand, because their functional content was initially aimed at solving the tasks of planning and managing production within the enterprise.

In this regard, the functionality of traditional ERP systems is currently being expanded.[4] The main new developments are systems:

- MES (manufacturing execution systems), designed for detailed planning and control of production execution;
- APS (advanced planning systems), designed to optimize planning processes, including at the inter-production level;
- SCM (supply chain management).

Currently, the functionality of the APS systems themselves is also being expanded in the direction of their integration with SCM and E-Commerce systems.

SCM systems make it possible to find cause-and-effect relationships of emerging deviations from the plan and make operational changes to existing plans. According to the discovered bottleneck, appropriate conclusions and adjustments are made in the supply chain plans.[2]

Finding new ways to interact with supply chain partners is important for companies, as all organizations involved in the supply chain must work together on product planning, forecasting, production, distribution and delivery. With the help of modeling business processes and subsequent control of their parameters in the information system, the company can more accurately describe its actions and promptly respond to changes in the external and internal environment.

References:

1. Kshetri, N. 1 Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives. *International Journal of Information Management*, 2018, pp. 80–89.
2. Dickersbach, Jorg Thomas *Supply Chain Management with SAP APO: Structures,Modelling Approaches and Implementation of SAP SCM 2008* Springer, 2009, p. 520
3. Nwankpa. ERP system usage and benefit: A model of antecedents and outcomes. *Computers in Human Behavior*, 2015, pp. 335–344.
4. Jagoda, K. and Samaranayake, P, "An integrated framework for ERP system implementation", *International Journal of Accounting & Information Management*, Vol. 25 No. 1, 2017, pp. 91-109.
5. Singh, A., & Teng, J. T. C. Enhancing supply chain outcomes through Information Technology and Trust. *Computers in Human Behavior*, 2016, pp. 290–300.
6. Fuchs, C. and Otto, A., "Value of IT in supply chain planning", *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 28 No. 1, 2015, pp. 77-92.

ELASTIC LOGISTICS AS A TOOL FOR INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT EFFICIENCY

Nowadays supply chain management plays a crucial role in different fields of logistics including planning, manufacturing or distribution. It helps manufacturers to get finished goods from various raw materials and deliver them to the clients. With the help of supply chain management companies satisfies customers' needs faster than their competitors.

However, supply chain management may face some challenges including continuous delays, shortages and surpluses of materials or other unpredicted risks. One of the ways to improve international supply chain management efficiency is elastic logistics.

Elastic logistics is a model of conducting business that is flexible and brisk enough to decrease or increase their resources according to the demands of the market. This allows supply chain operations to expand or shrink immediately, based on predicted happenings in the market to be sure that resources of the company are being used effectively both during the rise of demand and they are inexpensive in times of lower number of orders for goods and services. Elastic logistics is a trend increasingly noticeable in all economic spheres, especially the retail industry, where fluctuations in demand are a common thing [1].

Why do businesses choose to implement elastic logistics in their operations? Reducing turnaround times and shrinking lead times are one of the main purposes of companies which prefer elastic logistics. It gives them the opportunity to overcome surpluses of stock and increase efficiency of processes by satisfying consumers' needs faster [2].

Here there are the main advantages of elastic logistics as a way to improve supply chain management efficiency. First of all, this type of logistics provides the companies with the automation and visibility, because less workers are involved in the logistics processes, so a lot of human mistakes are eliminated and better tracking system helps to track all the shipments with the help of various automotive operations. A warehouse

management system carries out real-time supervision of the inventory and especially it is a very useful thing for outsourcing logistics as the all processes are fully controlled despite the long distances.

The next benefit of elastic logistics is that it assists in reducing over-manufacturing and over-stocking, because warehouse management systems predict the optimal stock levels for each location using various specialists and calculations and methods and, this in turn helps manufactures to avoid stockouts and overstocking in the facility.

Moreover, elastic logistics successfully uses third-party partnering which enables companies to reduce the risks of investing more in internal operations. This gives them the opportunity to lease extra warehouses both locally and in distant locations to adapt to any fluctuations in demand.

In addition to this, elastic logistics with its high level of automation can optimize routes for delivery and manage high transport efficiency thereby not forcing customers or businesses to wait for a long time. Finally, as a result, elastic logistics improves customer services and it may lead to the higher customer loyalty [3,4].

Like any other phenomena, elastic logistics has its disadvantages. It requires a lot of money to fund such system of logistics in production, including investments in high technologies and training staff. Workers have to be highly competitive to manage technologies and connected processes. But, as can be seen, there are much more benefits of elastic logistics than drawbacks.

Besides that, the realization of elastic logistics requires having various technologies including Transportation Management Systems (TMS) which processes orders quickly and provides consumers with fast delivery. Artificial Intelligence (AI) plays a crucial role in the improvement of supply chain management efficiency helping producers to forecast demand and supply for goods associated with the people's desire to buy goods. Also, blockchain is important for conducting elastic logistics, because it can store enormous amounts of data, analyse it and make conclusions along with the forecasts based on it. Moreover, companies should be ready to outsource some logistic processes, because floating product demand simply suggests that companies' scope of

activities is expanding and they have to serve more and more clients, but at the same time minimizing costs for that [1,3].

Taking into account all things about elastic logistics, it should be said that elastic logistics is a really good way to improve international supply chain management efficiency, because it simplifies all the processes with the usage of different types of technologies, it helps to predict future demand for the products and then logistic managers are able to plan manufacturing or distribution in a cost-efficient way.

References:

1. What is elastic logistics (June 9, 2021). InterlakeMecalux, Warehouse solutions. URL: <https://www.interlakemecalux.com/blog/elastic-logistics-what-is>
2. Zinar Dag. Elastic Logistics: The Future of the Supply Chain (March 8, 2021). MoreThanShipping.com. URL: <https://www.morethanshipping.com/elastic-logistics-the-future-of-the-supply-chain/>
3. Creating A Simpler Supply Chain with Elastic Logistics. Redwood. URL: <https://www.redwoodlogistics.com/creating-a-simpler-supply-chain-with-elastic-logistics/>
4. Shoeb Ahmad. How Elastic Logistics Is Contributing In Overall Industrial Growth? (May 20, 2020). Mobisoft. URL: <https://mobisoftinfotech.com/resources/blog/growth-in-elastic-logistics/>

Стоцька А.А.

КОМПЕТЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛ МАРКЕТОЛОГА У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У сучасному мінливому середовищі міжнародного бізнесу життєво необхідно постійно адаптуватися до глобальних тенденцій. Тому діджитал маркетологу, щоб бути конкурентним на ринку праці, конче необхідно володіти усіма традиційними та новими вузькопрофільними інструментами, а також відповідати специфічним вимогам конкурентної міжнародної компанії.

Дослідження актуальних компетенцій діджитал маркетолога було проведено на матеріалах українських та міжнародних найпопулярніших платформ для пошуку роботи. [1; 2; 3]

Першочегровою вимогою до компетенцій маркетолога у глобальній економіці є вільне володіння англійською мовою. Крім того, менеджер з маркетингу повинен уміти працювати з великими обсягами інформації, робити висновки і давати обґрунтовані рекомендації. Через високу міжнародну конкуренцію креативне мислення є життєво необхідним, а відмінні навички

ведення переговорів для контакту з усіма групами закордонних стейкхолдерів обов'язкові.

В контексті діджиталізації маркетингової діяльності необхідне чітке розуміння таких понять, як: CPC (Pay per click - вартість за клік), CPA (Cost Per Action - модель оплати інтернет реклами), CPL (Cost Per Lead - вартість за потенційного клієнта), CPM (Cost per Thousand - вартість тисячі контактів з аудиторією даного медіа), CPI (cost per install - вартість завантаження), CPS (Cost-per-Sale - вартість продажу), eCPC (Effective Cost Per Click - ефективна вартість одного переходу), eCPM (effective cost per mille - прибуток за тисячу переглядів реклами), CR (Conversion rate - коефіцієнт конверсії), CTR(Click-through rate - клікабельність).

Обов'язковими також є базові знання інструментів просування: SEO (Search engine optimization - пошукова оптимізація сайту, SMM(Social media marketing - маркетинг у соціальних мережах), PPC(Pay per click - контекстна реклама), affiliate (афілійований маркетинг), і email-маркетингу та знання інструментів web-аналітики і розуміння методів аналізу трафіку Google Analytics, GMT. Фахівець повинен мати високий рівень знань та навичок застосування широкого спектру методів та концепцій маркетингу та продажів, включаючи Google AdWords, Instagram, Facebook, Twitter, друковані ЗМІ тощо. [4]

За міжнародними стандартами, digital-маркетолог фактично працює на перетині чотирьох професій - управляє соціальними мережами (SMM), займається SEO-оптимізацією, просуває цінності компанії(PR) і шукає способи згуртування аудиторії в рамках онлайн-та офлайн-спільноти (community-менеджер).

Таким чином, Інтернет-маркетолог повинен мати знання та досвід роботи в наступних сферах: маркетингове планування, персоналізований email-маркетинг, розробка контент-стратегій для веб-сайтів, тематичних ресурсів та аутрич-просування, маркетинг у соціальних мережах (залежно від типу цільової аудиторії), а також у месенджерах (що зараз набирає небувалу популярність), медіа-покупки, покупка реклами на ресурсах, що мають загальні оцінки цінності із аудиторією проекту, маркетинг «оплата за клік», оптимізація конверсій веб-сайту, сторителлінг та створення інтерактивного контенту, Інтернет-аналітика, а також метрик контенту

(трафік та підписчики, коментарі та посилання), соціальні мережі (кліки, залучена аудиторія), SEO (ключові слова, переходи на сайт, ліди), посадкові сторінки та конверсійні ліди (СТА-конверсія, відзиви, прийняті пропозиції), маркетинг електронною поштою (робота з базовими даними та рівнями клікабельності), брендінг(гостьові статті, прямий трафік), продаж товарів.

Для виявлення нових професійних вимог та компетенцій необхідно відслідковувати тенденції розвитку ринку цифрового маркетингу та цифровізації в цілому. Оскільки нові технології цифрового маркетингу з'являються та зникають з високою швидкістю, для сучасного маркетолога найбільш значущим є перехід від володіння цифровими інструментами до розуміння сутності роботи в цифровому середовищі. [5]

Професійне розуміння компетенцій для майбутніх фахівців є дуже важливим з огляду на підвищення рівня конкуренції у глобальній економіці зокрема на ринку праці.

Список літератури:

1. Ваканції digital manager у Києві, 2021 рік. URL: <https://www.work.ua/jobs-kyiv-digital-менеджер/>.
2. Ваканції діджитал маркетинговий менеджер, у Києві, 2021 рік. URL: <https://ua.indeed.com/jobs?q=digital%20marketing%20manager%20&l=>
3. Ваканції digital-marketer у Києві, 2021 рік. URL: <https://www.work.ua/jobs-kyiv-digital-маркетолог/>
4. Ким бути: «digital - маркетолог», 2021 рік. URL: <https://www.work.ua/career-guide/digital-marketer/>
5. Ольга Феоктістова «Digital-маркетинг -что это?», 2020 рік. URL: <https://blog.ringo-stat.com/ru/digital-marketing-что-это/>

Стояновська О.І.

ГЛОБАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

На початку XXI століття глобальний потік даних продовжує зростати, і цифрова платформа дозволяє брати участь у процесах глобалізації більшій кількості країн, середнім та малим підприємствам. Оскільки цифровізація створює як можливості, так і виклики, які виходять за межі кордонів, міжнародне співробітництво є ключовим виміром для максимального використання цифрової трансформації на місцевому, національному та міжнародному рівнях.

Метою статті є дослідження впливу діджиталізації на глобальну економічну інтеграцію.

У процесі дослідження було проведено збір і систематизацію даних за заданою тематикою. Для досягнення поставленої мети у дослідженні використано такі наукові прийоми і методи дослідження: аналізу і синтезу; порівняння; комплексної оцінки.

Проблеми, пов'язані з новим інформаційним етапом економічного розвитку суспільства, висвітлені в роботах таких вчених, як Ю. Бажал, А. Гальчинський, В. Геєць, С. Ранган, М. Сенгул, Л. Федулова, А. Чухно та інші.

Глобалізація вступила в нову еру, визначену потоками даних, які передають інформацію, ідеї та інновації. Цифрові платформи створюють більш ефективні та прозорі глобальні ринки, на яких далекі покупці та продавці знаходять один одного за кілька кліків. Майже нульові граничні витрати на цифрові комунікації та транзакції відкривають нові можливості для ведення бізнесу за кордоном у великих масштабах [1].

Товари, послуги та капітал переміщуються з одних країн до інших з небаченою швидкістю та у величезних обсягах: у 2017 році їх сукупний рух оцінювався у \$48 трлн, що становило 46% світового ВВП [2]. Сьогодні кожен третій продукт перетинає кордон країни-виробника і понад 40% інвестицій здійснюються у вигляді міжнародних транзакцій [3].

Протягом наступного десятиліття подібна взаємодія, за деякими прогнозами, зросте триразово – вирішальну роль у цьому відіграють країни, що розвиваються, а також поширення інтернету, цифрових технологій та глобальна інтеграція держав та компаній.

Країни з великою мережею економічних зв'язків та економічних інтеграцій на 40% успішніші економічно в порівнянні з державами, що обмежують взаємодію із зовнішнім світом [4]. З цього можна дійти невтішного висновку, що ізоляція від інтеграцій стає менш виправданою і не надає стільки можливостей щоб розвивати свою країну або підприємство.

Індекс глобалізації

Ранг	Країна	Оцінка	Ранг	Країна	Оцінка
1	Нідерланди	91	50	Сербія	59
2	Сінгапур	89	51	Україна	59
3	Бельгія	83	58	Сейшели	58
4	Об'єднані Арабські Емірати	82	58	Російська Федерація	58

Джерело : складено автором на основі джерела [3].

На основі даних дослідження MGI (див. табл. 1) було складено індекс залучення країн у глобальну економіку. Найбільш активними у цьому плані виявилися такі великі гравці, як Нідерланди, Сінгапур, Бельгія та ОАЕ. Країни, що розвиваються, менш інтегровані у світову економіку, проте деякі з них стрімко покращують свої показники [3]. Україна знаходиться на 51 місці, що показує що вона з країн яка відкрита до економічних інтеграцій.

Галузі науки різних країн найактивніше взаємодіють одна з одною. Зростають економічні потоки у сфері автомобілебудування, авіації, напівпровідників, фармацевтики та мікроелектроніки. Поширення інтернету та цифрових технологій кардинально трансформує структуру глобалізації та створює нові канали взаємодії [5]. Між 2005 та 2017 роком транскордонний онлайн-трафік збільшився у 22 разів. До 2025 прогнозується додаткове восьмиразове збільшення [6]. Цифрові технології, що знижують вартість виробництва та розповсюдження продукції, відіграють найважливішу роль у процесі глобалізації. З їхньою допомогою створюються віртуальні послуги та товари, і навіть стимулюється попит реальні товари. Що стосується соціальних мереж та різних інтернет-платформ, то вони є основними майданчиками для обміну інформацією та торгівлі.

У глобальну економіку інтегрується все більше країн, що розвиваються. Зростання доходів їх населення створюють нові центри тяжіння для ретейлерів, промислових корпорацій та фінансових інститутів. До 38% зросла частка економік, що розвиваються, у глобальних грошових потоках [7].

Глобалізація сьогодні характеризується не лише участю дедалі більшої кількості держав, а й появою нових гравців. Раніше головна роль належала урядам і

транснаціональним корпораціям – тепер будь-який індивідуальний підприємець може вийти на глобальний ринок за допомогою цифрових технологій. Стала можливою робота у віддаленому доступі, що дозволяє людям віртуально перетинати кордони держав та знаходити інвесторів для свого бізнесу у будь-якій точці світу. Це відкриває незліченну кількість можливостей і в той же час містить безліч ризиків. Для досягнення успіху знадобляться продумані стратегії та зважені рішення. Найважливіше це бути відкритим до нових економічних інтеграцій.

Список літератури:

1. Digital globalization: the new era of global flows [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/mckinsey%20digital/our%20insights/digital%20globalization%20the%20new%20era%20of%20global%20flows/mgi%20digital%20globalization%20executive%20summary.ashx>.
2. The \$80 Trillion World Economy in One Chart [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.visualcapitalist.com/80-trillion-world-economy-one-chart/>.
3. Global connectedness index 2020 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dhl.com/content/dam/dhl/global/dhl-spotlight/documents/pdf/spotlight-g04-gci-2020-highlights.pdf>.
4. Navigating a new digital era means changing the world economic order [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://theconversation.com/navigating-a-new-digital-era-means-changing-the-world-economic-order-160488>.
5. Trade and Globalization [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization>.
6. The role of international co-operation in the digital age [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/7d3929e1-en/index.html?itemId=/content/component/7d3929e1-en>.
7. Absent multilateral cooperation, the global digital economy could splinter, and everyone would pay [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2021/03/international-cooperation-and-the-digital-economy-garcia.htm>.

Федотова В.Д.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ КОМПАНІЙ СЕГМЕНТУ B2B У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Згідно з дослідженням, проведеним HubSpot, 92% усіх маркетологів вказали, що їхні зусилля в соціальних мережах призвели до більшого охоплення їхнього бізнесу. З урахуванням сказаного, соціальні мережі, безумовно, є одними із найкращих інструментів для збільшення охоплення та відвідуваності, розвитку лояльності до бренду, отримання потенційних клієнтів та інформації про ринок, а також підвищення продажів[1].

Коли ми бачимо, що бренди повністю освоюють соціальні мережі, ми одразу приймаємо ці бренди за B2C. Не так часто ми бачимо або чуємо, як компанії B2B стають вірусними в просторі соціальних мереж. Це не означає, що немає компаній B2B, які максимально використовують соціальні мережі, їх просто не так багато.

Маркетинг у соціальних мережах – дуже ефективний інструмент для B2B-брендів. Однак цілі, стратегії та контент для B2B сильно відрізняються від цілей B2C-брендів[2]. Ці відмінності відіграють вирішальну роль у розробці стратегій B2B-маркетингу у соціальних мережах, які залучають аудиторію.

Компанії B2B мають вищу ціну, ніж компанії B2C, поряд із більш тривалим циклом продажів. Саме з цієї причини клієнти B2B потребують набагато більшого переконання, ніж клієнти B2C. Таким чином, ці клієнти покладаються на веб-сайти, блоги та соціальні мережі, щоб отримати доступ до додаткової інформації про продукт, який вони збираються придбати, а це означає, що продажі B2B потребують заохочення, виховання та підтримки.

У той час як бренди B2C зазвичай використовують соціальні мережі для збільшення трафіку, продажу та обізнаності, успішні канали соціальних мереж B2B, швидше за все, будуть зосереджені на розвитку бренду та залученні потенційних клієнтів.

Згідно з нещодавнім звітом Content Marketing Institute, переважну кількість успішних маркетологів B2B-контенту на перше місце ставлять інформаційні потреби своєї аудиторії.

На відміну від брендів B2C, мета яких – стимулювати трафік, продаж та популярність через соціальні мережі, бренди B2B, як і раніше, зосереджені на обслуговуванні своєї аудиторії та позиціонують себе як лідерів думок у своїх галузях. Компанії B2B виділяються тим, що намагаються бути кращими за своїх конкурентів або кращими у своїй галузі.

Як і хороша стратегія B2C, кожен план соціальних мереж B2B повинен відповідати на наступні два запитання[3]:

- 1) Які бізнес-цілі компанії?
- 2) Як маркетинг у соціальних мережах B2B допоможе досягти їх?

Стратегії маркетингу у соціальних мережах B2B[1]:

Впізнаваність бренду

Дайте вашим потенційним клієнтам привід із радістю відвідати вашу соціальну сторінку та підписатися на неї. Створюйте якісний, свіжий контент, який сам за себе говорить. Обов'язково вимірюйте роботу, яку ви вкладаєте у підвищення впізнаваності бренду, відстежуючи лайки, кліки, репости, коментарі, охоплення, враження, підписників та згадки.

Ви можете пропонувати промо-коди та спеціальні знижки, щоб бути більш цікавими для ваших клієнтів, щоб збільшити трафік та конверсію.

Створення посилань та SEO

Контент, який ви публікуєте на своїй сторінці у соціальних мережах, може підвищити рейтинг вашого сайту в пошукових системах та значно підвищити цільовий трафік, оскільки алгоритми Google та Bing об'єднують соціальні сигнали у свої результати пошуку. Це також допомагає підвищити видимість в Інтернеті, оскільки ваші профілі в соціальних мережах також з'являються в результатах пошуку, іноді замінюючи ваш офіційний веб-сайт, якщо вони займають більший рейтинг.

Провідне покоління

Соціальні мережі найкраще підходять для зв'язку та взаємодії з вашим пулом потенційних клієнтів, а також для встановлення з ними постійних стосунків. Головне - знайти відповідну платформу соціальних мереж для вас, залежно від того, де ваші потенційні клієнти найактивніші. Створіть міцну мережу на своїй сторінці, оптимізуючи її за допомогою відмінної біографії, посилання СТА та повідомлень, що запам'ятовуються. Збільште відвідуваність вашого офіційного сайту, просуваючи свій контент на соціальних платформах.

Для брендів B2B важливо продовжувати використовувати стратегії, які ставлять інформацію на перше місце, прагнучи досягти інтелектуального лідерства. Однак більш людські аспекти спілкування також мають вирішальне значення для стратегії B2B у соціальних мережах. Більше 90% маркетологів B2B використовують Facebook і майже 80% використовують LinkedIn як основні канали соціальних мереж[3].

Список літератури:

1. BUSINESS MANAGEMENT. The Importance of Social Media for B2B Companies [Електронний ресурс] / BUSINESS MANAGEMENT. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://razorpay.com/learn/importance-of-social-media-marketing-for-b2b-companies/>.
2. RHONDA BRADLEY. How Does B2B Social Media Marketing Differ From B2C? [Електронний ресурс] / RHONDA BRADLEY. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://themanifest.com/social-media/blog/b2b-vs-b2c-social-media-marketing>.
3. Christina Newberry. Essential Tips and Tools for B2B Social Media Marketing [Електронний ресурс] / Christina Newberry. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.hootsuite.com/b2b-social-media/>.

Яворська В.Р.

СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ КОМПАНІЙ НА ЗАКОРДОННІ РИНКИ ГУМОВО-ТЕХНІЧНИХ ВИРОБІВ

Вихід підприємства на іноземні ринки є важливим стратегічним рішенням.

Існують такі основні види стратегій виходу на закордонні ринки: експорт, спільне підприємництво, пряме інвестування.

Експортна діяльність передбачає виробництво товарів і послуг на основному внутрішньому ринку компанії (або в третій країні, регіоні) і продаж цих товарів на цільовому зовнішньому ринку.

Виділяють два можливих напрямки експортної діяльності: прямий експорт, непрямий експорт. Прямий експорт передбачає, що компанія продає свій товар на закордонний ринок шляхом укладення прямих контрактів з дилерами і торговими посередниками зовнішнього ринку. Непрямий експорт передбачає, що компанія знаходить на внутрішньому ринку торгового посередника, який здійснює продаж товарів на зовнішні ринки .

Перевагою спільного підприємництва є отримання знань і умов ведення бізнесу та культури в приймаючій країні. Розрізняють такі типи спільного підприємництва: ліцензування, франчайзинг, підрядне виробництво, управління за контрактом та спільне володіння .

Франчайзинг — форма міжнародного розвитку бізнесу, при якій франшизоодержувач має право користуватися брендом, а також отримує жорсткі інструкції з ведення бізнесу. Франчайзер зазвичай допомагає веденню бізнесу свого контрагента, а натомість отримує роялті [с. 162—165].

Ліцензування в міжнародній діяльності - вид співпраці, за яким компанія в одній країні передає право компанії в іншій країні використовувати свої унікальні процеси виробництва, патенти, товарні знаки, і інші цінні навички за винагороду, яке встановлюється в рамках договору [с. 162—165].

Контрактне виробництво передбачає передачу виробництва компанії на місцевому ринку, і збереження функцій маркетингового, фінансового відділу, відділу продажів та логістики за головною компанією [с. 162—165].

Спільне володіння передбачає створення окремої компанії, двома або більшою кількістю підприємств, в яких розділена ступінь відповідальності і ризиків між власниками.

Інвестиційний спосіб виходу компанії на закордонні ринки передбачає повний контроль бізнесу на цільовому закордонному ринку. Можна виділити два основні шляхи використання інвестиційної стратегії виходу на закордонний ринок: купити вже існуючий бізнес через процес злиття та поглинання або побудувати нову компанію «з нуля» [0].

На ринку гумово-технічних виробів України провідними гравцями є такі компанії: ТОВ «Київгума» (підприємство виробляє більше 4 тис. найменувань продукції з гуми, латексу, силікону), ТОВ «Завод Еластомер» у м. Харків, АТ «КАУЧУК» у м. Маріуполь, ТОВ «Rosava» у м. Біла Церква та ПАТ «Дубенський завод гумово-технічних виробів» (ДЗГТВ) [0], [0], [0], [0], [0].

Власну продукцію українські виробники експортують на всі ринки світу. Основними напрямками для експорту залишаються країни ЄС, Білорусь, Казахстан. Компанії «Rosava» вдалось навіть вийти на ринок Америки, Канади та Австралії. Головною стратегією для вітчизняних підприємств є експорт через іноземних посередників. Зазвичай українські компанії співпрацюють з великою кількістю іноземних дистриб'юторів, які вже безпосередньо реалізують продукцію на цільових закордонних ринках. Такий метод є найшвидшим та найменш ризикованим та ідеально підходить для бізнесу, який тільки починає експортну діяльність або хоче «протестувати» закордонний ринок [0], [0, с. 64].

Хочу зауважити, що всі перелічені підприємства беруть активну участь в міжнародних виставках, ярмарках, конференціях, форумах, організують дружні візити для іноземних партнерів. Також більшість з них являються членами Європейської Бізнес Асоціації, Торгово-промислової палати України та користуються послугами, Офісу з просування експорту. Це допомагає пришвидшити процес виходу компанії на закордонний ринок [0], [0], [0], [0], [0].

Що стосується іноземних компаній, то ключовими гравцями на ринку гумових виробів є азіатські компанії. В топ 5 найбільших компаній у світі з виробництва гумових виробів за ринковою капіталізацією ввійшли такі компанії: JSR corporation (Японія), Sinochem International corporation (Китай), Cheng Shin Rubber Ind (Тайвань), Sumitomo Rubber Industries Японія [0], [0], [0].

Стратегії виходу на ринок таких іноземних гігантів відрізняються від методів притаманних українському бізнесу. Володіючи значним капіталом, перелічені вище компанії надають перевагу до спільного підприємництва та прямого інвестування. Зазвичай компанії розміщують свої виробничі потужності в країнах з вдалим географічним положенням та низькими витратами на виробництво. Для цього вони використовують операції злиття та поглинання, створюють спільні підприємства з локальним виробником, але при цьому залишають за собою контрольний пакет акцій 51 % [0], [0].

Список літератури:

1. Офіційний сайт ТОВ "Київгума" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kievguma.ua/ua/>.
2. Офіційний сайт ТОВ "Каучук" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kauchuk.com.ua/products/rubber/>.
3. Офіційний сайт ТОВ "Rosava" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://rosava.com>.
4. Офіційний сайт ПрАТ «Дубенський завод гумово-технічних виробів» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://dzgtv.net>.
5. Офіційний сайт ТОВ "Еластомер" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.elastomer.org.ua/uk/>.
6. World Top Rubber Products Companies List by Market Cap [Електронний ресурс] // Value.Today. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.value.today/world-top-companies/rubber-companies-world>.
7. Офіційний сайт "JSR Corporation" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.jsr.co.jp/jsr_e/.
8. Офіційний сайт "Cheng Shin Rubber Ind" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.csttires.com/int/about-cst/>.

9. Ліпич Л.Г. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки [Електронний ресурс] / Ліпич Л.Г, Фатенок-Ткачук А.О – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/77994/44-Lipych.pdf?sequence=1>.

10. Циганкова Т. М. «Міжнародний Маркетинг» / Тетяна Михайлівна Циганкова. – Київ, 2005. – 236 с. – (КНЕУ).

11. Циганкова Т. М. Міжнародна Торгівля / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. – Київ: КНЕУ, 2003. – 256 с.

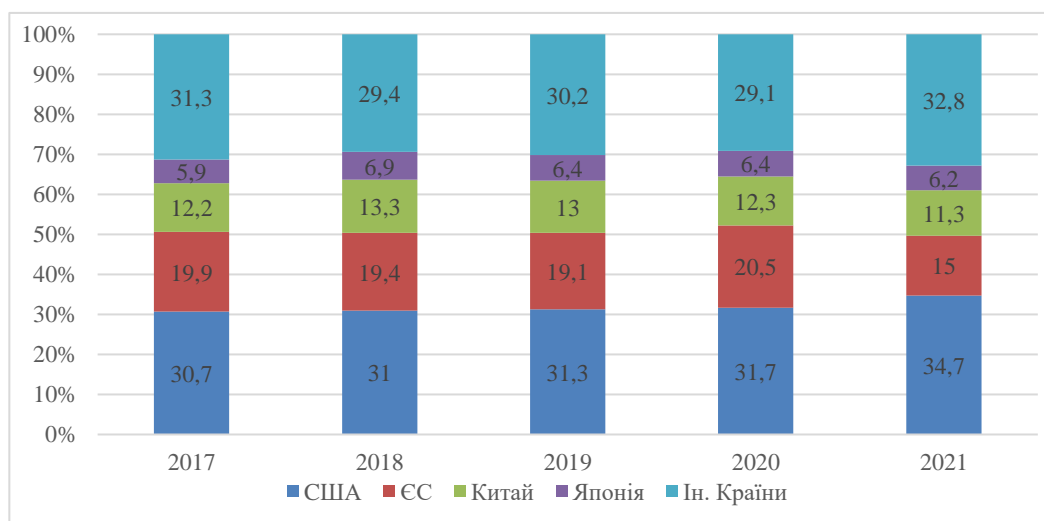
Яренко Г.С.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ІТ-СЕКТОРУ

Сектор інформаційних технологій (ІТ) (використовується також загальніший термін - інформаційно-комунікаційні технології (information and communication technologies, ICT) — це сектор економіки, в якому на основі використання сучасної обчислювальної техніки і систем зв'язку для збору, передачі, пошуку, обробки та поширення інформації забезпечується ефективне функціонування бізнесу та задоволення потреб людей.

Суб'єктами ІТ сектора є компанії, які створюють програмне забезпечення та/або апаратне обладнання і надають послуги із супроводження та консультування з питань інформаційного та технологічного забезпечення.

Станом на 2021 рік найбільша частка світового ринку ІТ належить США (34,7%) та ЄС (15%), а також впливовим гравцям Китаю (11,3%) та Японії (6,2%). (рис.1). Україна за оцінками фахівців входила до двадцятки провідних країн за обсягами ІТ-експорту.



Рисунк 1 - Динаміка структури світового ринку інформаційно-комунікаційних технологій з 2017 по 2021 рр., за обраними країнами, % [1]

Сектор ІТ — це швидко зростаючий сектор з високим рівнем доданої вартості, який є важливим джерелом експортних надходжень у будь-якій країні світу. Вивчення світових тенденцій розвитку сектору створює основи пошуку шляхів посилення конкурентних позицій національної економіки на світовому ринку експорту продукції і послуг ІТ.

Згідно даних на 2020 рік, лідерами світового ІТ сектору стали американські компанії Amazon, Apple, Alphabet (Google), Microsoft, Facebook (табл. 1).

Таблиця 1 - Топ-5 лідерів світової ІТ індустрії [2]

Компанія	Дохід, млрд. дол. США	Ринкова капіталізація, млрд. дол. США	К-сть співробітників	Технології
Amazon	280	1569	798400	хмарні технології, штучний інтелект, е-комерція
Apple	274	2169	147000	програмне забезпечення, штучний інтелект, фінтех, хмарні обчислення
Alphabet	161	1171	119000	хмарні технології, Інтернет, програмне забезпечення
Microsoft	143	1611	163000	програмне забезпечення, Інтернет, хмарні технології
Facebook	71	670	45000	соціальні мережі

Таблиця 2 демонструє масштаби, яких може досягнути підприємство ІТ-сектору за умови використання ефективних інструментів розвитку та стабільного посилення своїх конкурентних позицій.

Глобальні витрати на інформаційні технології (ІСТ) (пристрої, включаючи ПК, планшети, мобільні телефони, принтери, системи центрів обробки даних, корпоративне програмне забезпечення та комунікаційні послуги) склали 4,24 трлн дол США у 2021 р. і, як очікується, зростуть приблизно на 5,8% (до 4,47 трлн.дол США у 2022 р. (рис. 2). [7]

Очікується, що до 2022 р. понад половина світової економіки ґрунтуватиметься на цифрових технологіях або відчуватиме їх вплив у тому чи іншому вигляді, оскільки більшість продуктів та послуг застосовуватимуть цифрову модель доставки або потребуватимуть додаткової цифровізації, щоб залишатися конкурентоспроможними. На думку дослідників бізнесу необхідно

приділяти першочергову увагу інвестиціям у цифрові інструменти для розширення фізичних активів. У результаті до 2024 р. понад половина всіх інвестицій у ІТ-рішення будуть пов'язані з цифровою трансформацією.[8]

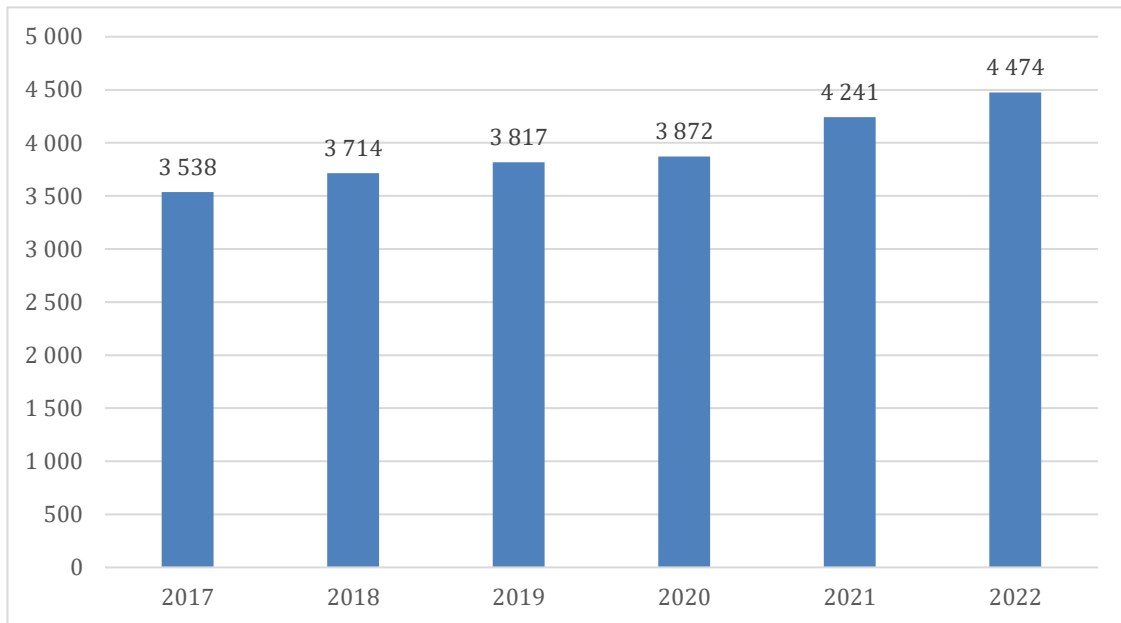


Рисунок 2 – Глобальні витрати на ІСТ у 2017-2022 р.р., млрд дол США[3]

Список літератури:

1. Global market share of the information and communication technology (ICT) market from 2013 to 2021, by selected country [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/263801/global-market-share-held-by-selected-countries-in-the-ict-market/>.
2. Statista Digital Market Outlook - eCommerce report 2021 [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/study/42335/ecommerce-report/>.
3. Global IT spending forecast 2012-2022, by segment [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/268938/global-it-spending-by-segment/>
4. Тенденції світового ІТ-ринку [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Тенденции_мирового_ИТ-рынка

Вернівський П.П.

КРЕДИТУВАННЯ ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР РИЗИКУ, ЩО МОЖЕ СПРОВОКУВАТИ ФІНАНСОВУ КРИЗУ

Швидке зростання кредитування є ще одним фактором, який провокує розвиток фінансової кризи. Як і в минулому, так і останніх прикладах, кризи починались з значного росту кредитування, яке стимулювало зростання цін на активи, а потім спад на ринку кредитування спричиняв обвал цін на активи.

Як правило, швидке зростання кредитування тісно взаємопов'язане зі зниженням відсоткових ставок. Такий взаємозв'язок пояснюється тим, що зниження відсоткових ставок знижують вартість кредитування, а значить роблять його доступнішим і дешевшим. І це спонукає учасників ринку брати більше кредитів, які часто використовуються для купівлі тих чи інших активів. Також, як показує емпіричний досвід, разом із зниженням відсоткових ставок знижуються і вимоги до позичальників. Абсолютна протилежна ситуація відбувається, коли відсоткові ставки зростають, то кредитні стандарти стають більш вимогливими, а капітал стає менш доступним, що може спричинити обвал.

Однією з важливих причин, яка впливає на зростання кредитування, є зменшення регулювання, лібералізація ринку та фінансові інновації. Насправді, часто погано спланована та непродумана лібералізація часто приводить до буму кредитування, який часто закінчується кризою. Як правило, це виникає тому, що в результаті зменшення регулювання на ринку зростає конкуренція через зростання кількості учасників. Зростання конкуренції супроводжується падінням рентабельності операцій і в результаті пошуку шляхів до поліпшення ефективності учасники звільнені від регулятивних вимог починають зменшувати вимоги до позичальників, що збільшують об'єми виданих кредитів. Гарним прикладом такої лібералізації можна назвати дерегуляцію банківського сектору США в 1999 після прийняття Закону Грема-Ліча-Блайлі. Саме в цей період банки отримали можливість для впровадження сек'юритизації активів, яка дала змогу перетворювати іпотечні кредити в облігації, що і стало причиною кризи 2008. Більш детально про це описано в другому розділі.

Також зменшення регулювання збільшує ризики недобросовісної поведінки. Цей ризик може виникати по різних причинах. Це може бути ситуація коли одна сторона угоди хоче приховати деталі або навіть піти на свідомий обман іншої сторони, адже вони можуть змінити рішення іншої сторони. Клієнт, якому дуже необхідний кредит, може приховати або надати невірні дані про свій фінансовий стан. Нерідко бувають випадки, коли така поведінка може стати причиною появи великої кількості шахрайських схем. Тут можна згадати приклад компанії Enron,

яка використовуючи з махінації бухгалтерським обліком і через позабалансові організації намагалась приховати свої збитки, таким чином вводила в оману інвесторів та кредиторів щодо фінансового стану компанії. Скандал спричинений банкрутством компанії привів до прийняття Закону про реформу бухгалтерського обліку публічних компаній та захисту інвесторів у Сенаті та Закону про корпоративну звітність, відповідальність та прозорість у Палаті представників, які разом більш відомі як Закон Сарбейнса-Окслі.

Крім того, позичальники можуть отримати більші об'єми фінансування за рахунок збільшення фінансового левериджу. Саме зростання левериджу значить, що зростає питома вага позикових коштів відносно власного капіталу. Значну роль в такому зростанні відіграє популярна в бізнес-середовищі думка, що гроші акціонера це найдорожчий спосіб фінансування. Пояснюється це тим, що у будь-якого акціонера є вибір альтернативних способів інвестування власних коштів, які забезпечують певну гарантовану дохідність. Тому інвестуючи кошти у власний бізнес вони очікують отримати більш високу дохідність ніж ці альтернативні способи. В свою чергу, кредитні кошти вважаються більш дешевим джерелом фінансових ресурсів. Тому коли виникає питання звідки брати кошти для фінансування нового проекту, то перевагу, як правило, надають кредиту. В певний час, до 2008 року, ця схема була настільки популярною, що бізнес таким чином фінансував операції злиття та поглинання та намагався замінити акціонерний капітал борговими коштами. І для цього використовувалась практика викупу компаній за допомогою левериджу – leveraged buyout (LBO).

Ще однією причиною проблем зв'язаних з кредитуванням можна назвати невідповідність активів та пасивів. Існують різні варіанти таких невідповідностей. Сама простіша це коли банк фінансує довгострокові кредити (активи) за рахунок короткострокових депозитів (пасиви). В період зростання відсоткових ставок в результаті дій центрального банку, зростають також і ставки новим депозитам, в той час як фіксовані відсоткові ставки по довгостроковим кредитам залишаються на тому ж рівні.

І останньою, але не менш важливою причиною проблем зв'язаною з кредитуванням можна назвати системний ризик. Це ризик краху фінансової системи в цілому може виникнути через взаємозв'язаність та взаємозалежність процесів і учасників ринку, коли падіння одного елемента призводить до ефекту доміно на ринку, в результаті якого можуть постраждати всі учасники. Системні ризики можуть виникати через банківську паніку, коли вкладники починають масово виводити кошти з банківської сфери. Також ризики можуть виникати і всередині банку, коли на балансі знаходиться велика кількість активів. І якщо в одного банку виникнуть проблеми, то подальший розпродаж може обвалити ринок цін на ці активи, який зачепить і здорові банки. Ризик може виникнути і зі сторони позичальників, коли масові банкрутства та подальший продаж активів призводить до знецінення самих активів, що далі негативно впливає на вартість активів цілком нормальних позичальників. Останнім прикладом такої масштабної системної кризи є криза 2008.

Список літератури:

1. Чарльз Кінделберг «Манії, паніки, крахи»
2. Карман Рейнхарт і Кеннет Рогофф «На цей раз все буде інакше»
3. Хайман Мінські «Стабілізувати нестабільну економіку»
4. Джордж Сорос «Алхімія фінансів»

Мусієнко А.Д.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ОСНОВІ ПОДАТКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ В МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І ТНК

Світове фінансове середовище, яке динамічно трансформується, передбачає необхідність вивчення різноманітних податкових систем країн світу. Залежно від рівня податкового навантаження, співвідношення прямих і непрямих податків, розміру ставок податків кожна країна створює для себе певні конкурентні переваги, які дозволяють їй ефективно співпрацювати з ключовими учасниками ринку і виконувати власні завдання. Ці переваги набувають особливої актуальності в зв'язку з розширенням міжнародної діяльності вітчизняних

підприємств і транснаціональних компаній (ТНК), які можуть діяти в більш сприятливому податковому полі. Мета будь-якого підприємства, що виходить на міжнародні ринки, – використання можливостей оподаткування в кожній країні для зростання рівня своєї конкурентоспроможності. Будь-яке вітчизняне підприємство або закордонне ТНК розробляє свої власні оптимальні податкові стратегії (податковий арбітраж), щоб підвищити ефективність міжнародної діяльності. Підприємства, ТНК діють у різних податкових системах [1]: в Європі (30 % – Швеція, 33 % – Англія, 34 % – Франція, 35 % – Іспанія, 36 %, – Італія, 36 – 50 % – Німеччина, 40 % – Польща) ; в Північній Америці (28 % – Канада, 34 % – США); в Латинській Америці (30 % – Бразилія, 35 % – Мексика), в Східній Азії (34 % – Корея; 35 % – Тайвань) та ін. ТНК, використовуючи власну транснаціональну структуру, ефективно розподіляють податкове навантаження між країною походження, приймаючими країнами і «податковими гаванями» (таблиця 1).

Як бачимо, суми податків, що сплачуються ТНК, щодо їх доходів вкрай незначні. До 80% доходів не обкладаються податками або обкладаються за фактичною ставкою до 5%. Іншими словами, для ТНК характерний дуже низький відносний рівень податкового навантаження [2]. Оскільки податкові системи носять національний характер, а міжнародна податкова система відсутня в принципі, компанії вибирають найбільш зручну для себе юрисдикцію, з точки зору оподаткування.

Найбільш поширеними податковими гаванями, які використовує вітчизняний бізнес, є Британські Віргінські острови, Кіпр, Люксембург, Нідерланди, Панама, острів Джерсі, Беліз та інші. Офшорні оазиси дозволяють ТНК ухилятися від сплати податків. Так, у грудні 2016 компанія Google уникла сплати 2 млрд. USD податків на доходи, шляхом переведення суми в 10 млрд. USD на Бермудські острови. З отриманих 16 млрд євро прибутку Apple податок був сплачений тільки з 50 млн євро, а ефективна ставка податку на прибуток становила від 1 % в 2003 році до 0,005 % в 2014 році. Facebook в 2017 році, маючи прибуток в 1,1 млрд. USD, не сплатила ані федеральних податків, ані

податків штатів і отримала ще 429 млн. USD в якості податкового відшкодування [3]. Друга широко поширена технологія оптимізації оподаткування, яка використовується ТНК – маніпуляція трансфертними цінами. Трансфертні ціни – ціни, за якими відділення однієї групи купують свої власні продукти (товари, послуги) один в одного. Трансфертні ціни відрізняються від цін, які формуються під впливом дій ринкових механізмів. Вони визначаються стратегією та цілями ТНК: оптимізація податкових, митних та інших обов’язкових платежів, оцінка ефективності діяльності підрозділу ТНК, підвищення прибутковості окремих підрозділів, стимулювання менеджерів до прийняття ефективних управлінських рішень та ін.

Проте однією з найважливіших цілей трансфертного ціноутворення всередині корпорації є оптимізація оподаткування. Так, у разі високого рівня оподаткування у країні трансфертні ціни будуть завищені з метою зменшення бази податку на прибуток і відбудеться перерозподіл прибутку до країни з меншим податковим тиском. В результаті використання цього механізму ТНК досягають зниження прибутків, які підлягають оподаткуванню, в країнах з високим оподаткуванням і збільшення прибутків в країнах з низьким рівнем оподаткування.

Отже, зменшується сума загальних податкових платежів ефективна ставка оподаткування у глобальному масштабі. Таким чином, трансфертні ціни дозволяють перерозподіляти ресурси та фінансові потоки всередині корпорації з метою мінімізації податкових платежів. В результаті прибуток групи компаній знову залишається в податкових оазисах і державні бюджети країн – США, Європи, Японії та ін. – втрачають його. На основі аналізу сучасних світових методів податкової оптимізації [4–7] виявлено, що з метою оптимізації оподаткування компанії (як національні учасники міжнародної діяльності, так і ТНК) широко використовують дві групи методів: організаційні та економічні. Аналіз цих методів представлений в таблиці 2.

Як показують результати проведеного аналізу, більшість економічних та організаційних методів оптимізації оподаткування на світових ринках активно

використовуються великими підприємствами, особливо ТНК, створюючи незаперечні конкурентні переваги при здійсненні міжнародної фінансової діяльності. Особливо це стосується організаційних методів, можливість використання яких у більшій мірі властива крупним ТНК. І тільки невелика частина економічних і організаційних методів оптимізації оподаткування (концентрація доходів в країнах з пільговим оподаткуванням або в офшорних зонах, експорт на основі «толінгу», операції за кордоном на основі агентських угод, партнерства або інвестиційної діяльності без створення юридичної особи та ін.) доступна для середнього та малого бізнесу при здійсненні операцій за кордоном.

Таким чином, на основі оцінки можливості застосування ряду економічних і організаційних методів оптимізації оподаткування в міжнародній діяльності підприємств і ТНК можна спрогнозувати конкурентну позицію свою і потенційного партнера.

Тому при оцінці ефективності міжнародних операцій національні імпортери та експортери повинні враховувати, крім усього іншого, свої реальні конкурентні позиції в порівнянні з західними компаніями, що формуються на основі існуючих можливостей по оптимізації оподаткування.

Список літератури:

1. П. Кругман, М. Обстфельд. Международная экономика: Теория и политика /5-е изд., пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003.
2. В. Н. Засько, Д. Ю. Шакирова. “Налоговое регулирование деятельности транснациональных корпораций”, Экономика. Налоги. Прав, №2, с. 106 – 112, 2014.
3. Л. Титова. Налоговые оптимизаторы: как Apple, Amazon и McDonald’s избегают излишних затрат [Электронный ресурс]. Доступно: <http://www.forbes.ru/biznes/353433-nalogovye-optimizatory-kakapple-amazon-i-mcdonalds-izbegayut-izlishnih-zatrat>. Дата звернення: 12.03.2018.
4. И. А. Митрофанова, А. Б. Тлисов, Г. А. Яценко. “Оптимизация налогообложения как инструмент планирования финансовых результатов деятельности организации”, Финансовая аналитика: проблемы и решения, № 23 (209), с. 18 – 25, 2014.
5. Л. В. Руденко. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування ТНК: Монографія. Київ, Україна: Кондор, 2009.
6. О. Рогач, В. Косьміна. Транснаціональні корпорації та експорт нових індустріальних країн Азії. Київ, Україна: Центр учбової літератури, 2016.
7. Налоговые системы зарубежных стран: учебнометодическое пособие. Москва, Россия: Дело и Сервис, 2008

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО РИНКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ

Динамічне зростання транспортної системи в глобальних масштабах визначає потребу в діагностиці розвитку особливо системних та перспективних галузей даної інфраструктури, а саме - глобального ринку авіаперевезень.

Авіаційна промисловість включає в себе всі особливості механічних повітряних перевезень, що здійснюються за допомогою повітряного судна, та всі види діяльності, які це опосередковують [1].

Глобальний економічний вплив авіації (прямий, непрямий, індукований та каталітичний для туризму) оцінюється у 2,7 трлн дол. США, що еквівалентно 3,6% світового ВВП. Ці цифри не включають інші економічні переваги авіації, такі як робочі місця чи економічна діяльність, які виникають, коли існують компанії чи галузі, оскільки авіаперевезення це роблять можливим, та внутрішня цінність, яку забезпечує швидкість та зв'язок авіаперевезень, або внутрішній туризм та торгівля.

Значення глобального ринку авіаперевезень для ВВП: - 525 000 операторів аеропортів (експлуатація, планування, інженерія); - 5,6 млн. інший персонал в аеропорту (роздрібна торгівля, прокат автомобілів, державні установи, такі як митниця та імміграційна служба, експедитори, деякі підприємства громадського харчування); - 2,7 млн. авіаційного персоналу (льотні та бортові екіпажі, керівники, наземні служби, реєстрація, навчальний та обслуговуючий персонал); - 1,2 млн. цивільних аерокосмічних апаратів (інженери та конструктори цивільних літаків, двигунів та компонентів); - 233 000 постачальників аеронавігаційних послуг (диспетчери повітряного руху, керівники) [2].

Повітряні вантажі стали джерелом розвитку для авіакомпаній в умовах кризи, спричиненої пандемією коронавірусу. Спалах коронавірусу призвів до зростання попиту на широкий асортимент продукції; напівпровідники та компоненти ПК замінили маски для обличчя, медичні халати, медичні рукавички та апарати штучної вентиляції легень. Повітряні вантажні перевезення стануть яскравою точкою для авіакомпаній, принаймні в цьому році, оскільки більше

рейсів авіакомпаній будуть виконуватися для швидкої транспортування мільярдів доз вакцин по всьому світу.

Корпоративна диференціація ринку міжнародних авіап перевезень вказує на потенціал використання однакових стратегій як глобальними авіаційними компаніями, так і місцевими лоукостерами, які націлені не лише на збереження відносної частки ринку, але й на оновлення авіаційного паку та нарощення конкурентного авіаційного потенціалу. [3].

Проведене узагальнення сутності та значення авіап перевезень вказує на те, що протягом останніх десятиліть даний вид транспорту став системним як для індивідуальних пасажирів-мандрівників, так і для вантажних авіап перевезень, що забезпечує оперативне транспортування невеликих партій стратегічно важливих вантажів. Частка глобального ринку авіап перевезень протягом останніх десятиліть динамічно зростала, що вказує на високий потенціал розвитку даного ринку.

Список літератури:

1. Alternative Airlines (2019) Air bus A380. <https://www.alternativeairlines.com/airbus-a380>
2. IACO (2019) Solid passenger traffic growth and moderate air cargo demand in 2018 [online]. <https://www.icao.int/Newsroom/Pages/ES/Solidpassenger-traffic-growthand-moderate-air-cargo-demand-in-2018.aspx>
3. <https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2021.pdf>

Федоренко В.В.

ГЛОБАЛЬНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ РИНКІВ ПЕРЕВЕЗЕНЬ (на прикладі авіаційного транспорту)

В сучасних умовах розвитку світової економіки посилюється значимість міжнародних авіаційних перевезень.

Авіап перевезення - динамічна галузь світового транспорту. Змінюється не тільки авіаційна техніка, а й методи, способи, моделі авіаційного бізнесу. Рівень взаємодії авіакомпаній підвищується від інтерлайн-угод про спільну експлуатацію ліній до створення альянсів. У той же час впровадження нових інформаційних технологій призвело до появи нових способів та областей співробітництва і взаємодії між авіакомпаніями.

Для оцінки перспективних тенденцій та можливостей розвитку міжнародного ринку авіаційних послуг використовувались багатофакторні моделі, якими враховуються основні параметри, що визначають попит на нові пасажирські літаки та літаки для перевезення вантажів. Відзначимо, що найбільш значущими і в той самий час універсальними факторами, які впливають на обсяг авіаперевезень, є показники рівня ВВП в регіоні та вартість авіаційного палива. Економічне зростання має позитивний вплив на формування послуг авіаперевезень в країнах, що розвиваються. Так, хороші перспективи розвитку структури авіаційного ринку і зростання авіаперевезень на найближчі роки мають країни Азії [1, с. 202].

Найбільш інтенсивно сьогодні розвиваються напрямки перевезень між Європою та Азією, Північною Америкою та Азією, Європою та Латинською Америкою, Північною Америкою та Латинською Америкою. Також є затребуваними внутрішні перевезення в Азії та Латинській Америці. У країнах із розвиненими економіками, де в абсолютних значеннях авіаперевезення досягли найбільш високих показників, обсяг їх приросту в зв'язку зі змінами ВВП помітно знижується. Витрати на авіаційне паливо займають близько третини усіх прямих операційних витрат, пов'язаних із експлуатацією літаків.

Найбільшу частку світових авіаперевезень здійснюють мережеві авіакомпанії. Динаміка останніх років на фоні зростання конкуренції на ринку демонструє збільшення частки комбінованих бізнес-моделей авіакомпаній. Багато великих мережевих перевізників вводять елементи бюджетних перевезень, зростає рівень конкуренції та ведеться боротьба за регіональні маршрути.

Економічні та геополітичні умови, в яких існує сьогодні світовий ринок авіаперевезень, обумовлюють тенденції щодо його розвитку в середньостроковій перспективі. Одним із основних трендів залишається лібералізація світового ринку авіаперевезень. У 2000-х роках відбулась активізація процесу лібералізації вже не тільки в Європі і США, але і в Азії. Це призвело до збільшення кількості авіакомпаній на ринку, посилення конкуренції між ними і, як наслідок, до зниження цін на авіаквитки і зростання обсягів пасажирських авіаперевезень та

вантажоперевезень. Так, згідно прогнозів, за період 2018-2030 рр. світовий показник пасажирообороту може збільшитись в 2,5 разів [2, с. 17].

Структура світової повітряної мережі та зростаюча частка бюджетних авіакомпаній формують стійкий попит на вузькофюзеляжні літаки. Сьогодні це найбільш затребуваний сегмент ринку.

Вік більше 50,0% літаків пасажирського сегменту не перевищує 10 років. Також світові парк представлено значною кількістю регіональних літаків місткістю до 60 крісел. Однак літаки такої місткості практично не працюють на високоприбуткових напрямках, мають досить високі витрати на місце, а в цілому ряді регіонів світу вступають в пряму конкуренцію із іншими видами транспорту. Попит на літаки вказаної місткості має циклічну форму і істотно залежить від впливу зовнішнього середовища. Зниження попиту на авіап перевезення або зміни вартості авіапалива в першу чергу відбивається на цьому сегменті ринку [3, с. 29].

Розвиток сегменту вузькофюзеляжних літаків місткістю 61-120 крісел досить сильно піддається впливу факторів зовнішнього середовища. Авіакомпанії, які оперують літаками подібної розмірності, часто змушені конкурувати із високошвидкісним наземним транспортом (ВСНТ). Наприклад, мережа напрямків для ВСНТ активно збільшується в Європі і в Китаї.

Сучасні тренди, поряд із потенціалом зростання пасажирських перевезень та очікуваним списанням літаків місткістю 61-120 крісел, також дозволяють оцінити попит на літаки цієї розмірності в обсязі 4605 одиниць за період 2018-2030 рр. Вузькофюзеляжні літаки місткістю більше 120 крісел протягом тривалого часу продовжують залишатися основою світового авіаринку. Вони складають близько 50,0% від світового авіаційного парку та виконують 47,0% світових перевезень. Основна частина вузькофюзеляжних літаків такої розмірності представлена сучасними судами у віці до 10-15 років [4, с. 3].

Прогноз попиту на вузькофюзеляжні літаки місткістю більше 120 крісел до 2030 року складає в середньому 24385 од., причому 11,0% із них - це повітряні судна місткістю 121-140 крісел, а 89,0% - літаки місткістю більше 140 крісел [5]. Широкофюзеляжні літаки традиційно експлуатуються на високоприбуткових

маршрутах із великими пасажиропотоками: трансатлантичні, азіатські і близькосхідні напрямки. Незважаючи на те, що прибутковість авіап перевезень широкофюзеляжними літаками є вищою, ніж вузькофюзеляжними, економічна ефективність і оптимізація їх під виконання свого завдання все більше зростає.

Таким чином, можемо зробити висновки, що обсяги пасажиро- та вантажоперевезень на міжнародному ринку авіаційних послуг до 2030 року збільшаться майже в 1,5 рази. При цьому попит зростатиме на послуги в сфері пасажироперевезень, зокрема, в світі зростає рівень туристичного інтересу, що в свою чергу позитивно впливає на діяльність авіакомпаній.

Список літератури:

1. Передерій В.В. Дослідження стратегічних пріоритетів розвитку авіаційних компаній та шляхи підвищення їх конкурентоспроможності / В.В. Передерій // Наукові праці Національного університету харчових технологій / Нац. ун-т харч. технологій. - К., 2013. - №48. - С. 202-208.
2. Ревуцька Т.В. Формування тарифів при взаємодії транспортно експедиційного підприємства із суб'єктами ринку авіаційних перевезень [Текст]: дис... канд. екон. наук: 08.07.04 / Ревуцька Т.В.; Національний авіаційний ун-т. - К., 2004. - 170 арк.
3. Смерічевський С.Ф. Особливості трансформації світового ринку авіаційних перевезень / Смерічевський С.Ф., Михальченко І.Г. // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка: зб. наук. пр. / Ужгород. нац. ун-т. - Ужгород, 2015. - Вип. 2 (46). - С. 29-37
4. Чигринець О.А. Методика прогнозування обсягів транспортних послуг / Нац. трансп. ун-т. - К., 2000. - 11 с.
5. Авиационные данные и экономический анализ [Электронный ресурс] / [официальный сайт]. - Электрон. текст. данные. - Международная организация гражданской авиации (ИКАО), © 2016-2018. - Режим доступа: <https://www.icao.int/annual-report-2016/Pages/RU/progress-on-icaos-strategic-objectives-economic-development-icao-aviation-data.aspx>, свободный. - Название с экрана. - Язык русс.

Соронович І.Є.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА СУЧАСНИХ ТНК

Транснаціональні корпорації нині є провідними суб'єктами міжнародної господарської діяльності. ТНК завдяки прямим іноземним інвестиціям, постійно посилюють свій вплив, як на розвиток міжнародних економічних відносин, так і на конкурентоздатність національних економік. На початку XXI сторіччя завдяки процесу глобалізації виробничої та інвестиційної діяльності й значного зростання ролі ТНК, утворилась нова міжнародна економічна система. У зв'язку з цим потрібне дослідження нової ролі транснаціональних корпорацій в сучасній світовій економічній системі та оцінка реального впливу іноземних інвестицій ТНК.

У розвинених країнах майже третина сукупного економічного продукту виробляється при іноземному фінансуванні ТНК. Особливої актуальності прямі іноземні інвестиції набувають в країнах, що розвиваються і державах з перехідною економікою, оскільки часто зазначені економічні суб'єкти не в змозі за рахунок власних ресурсів забезпечити високий рівень економічного зростання. Саме тому для України прямі іноземні інвестиції (ПІІ) є значимими факторами економічного зростання, а їх залучення стає пріоритетним державним завданням.

Значне зростання процесу транснаціоналізації світової економіки в останні десятиліття зумовлено величезним масштабом операцій ТНК. Гостра конкурентна боротьба, пошук шляхів доступу до дешевих ресурсів і факторів виробництва змушує ТНК розширювати ринки для інвестування.

Оцінюючи вплив ТНК на динаміку світового економічного розвитку виділяємо основні напрямки:

1. Формування динаміки, структури та рівня конкурентоспроможності економіки на світовому ринку товарів і послуг.

2. Контроль міжнародного руху капіталу та прямих іноземних інвестицій, оскільки ТНК є основним інвестором в країни, що розвиваються, й досить відчутно впливають на їхній економічний розвиток.

3. Прискорення створення та передачі інновацій, концентруючи їх у своїх наукових центрах і підприємствах. Завдяки виробничим і фінансовим можливостям ТНК сконцентрували у своїх руках найбільш наукоємні виробництва. Вони ж виробляють найновіші види продукції з найбільш затребуваними споживачами характеристиками, тим самим сприяють процесу технологічного розвитку виробництва.

4. Розширення і прискорення міжнародної трудової міграції, сприяння розповсюдженню професійних знань, процесу обміну досвідом між співробітниками із різних країн і руху робочої сили слідом за прямими іноземними інвестиціями. Тим самим створюється міжнародний ринок праці.

Причиною виникнення міжнародних виробничих формувань є традиційне прагнення підприємців понизити витрати виробництва та отримати надприбуток. У

гонитві за високими прибутками вони виходять на світовий ринок, об'єднуються та направляють виробничу, збутову, фінансову та соціальну політику на використання природних і трудових ресурсів в глобальних масштабах.

Основу міжнародної інвестиційної діяльності в системі міжнародних економічних відносин становлять прямі та портфельні іноземні інвестиції.

Прямі іноземні інвестиції розглядаються як вкладення капіталу з метою отримання прибутку, що зумовлено довгостроковим економічним інтересом, і забезпечують контроль інвестора над об'єктом інвестування.

Сучасна економіка характеризується великомасштабними операціями ТНК, що переважно виявляється через зростання кількості материнських компаній, а також їх закордонних філій. За останні два десятиліття обсяг та темпи зростання світових валових інвестицій в основний капітал були вдвічі меншими, ніж прямі іноземні інвестиції. Мережа філій ТНК по всьому світі розростається досить швидкими темпами, адже нині близько 80% світових платежів пов'язані з внутрішніми трансакціями ТНК.

Про зростання масштабів транснаціоналізації світової економіки свідчить те, що сума внутрішнього та зовнішнього нагромаджених обсягів прямих іноземних інвестицій досягла 1/5 світового ВВП, експорт закордонних філій ТНК становить 1/3 світового експорту, а ВВП, вироблений за рахунок закордонних філій, складає 7% світового ВВП. Основна маса транснаціональних фірм розташована в країнах з ринковою економікою, але у зв'язку зі збільшенням масштабів поширення ТНК до процесу транснаціоналізації долучаються фірми країн з нижчим рівнем економічного розвитку. Такі країни, як Німеччина, Франція, Японія, США, Велика Британія, є основним місцем розташування більш ніж половини материнських ТНК. На ці країни припадає також 2/3 сукупного вивозу прямих іноземних інвестицій. На території промислово розвинутих держав розміщено близько 46% усіх філій ТНК, тоді як у країнах, що розвиваються, їх 42%. Відповідно до даних ООН нині у світі налічується понад 82000 ТНК, які мають філії у 900000 закордонних компаній, а загальний штат працівників становить близько 76 млн. осіб.

ПП різко впали на 58% в розвинених країнах і країнах з перехідною економікою. У країнах, що розвиваються, він зменшився на 8 %, головним чином через стійкі потоки в Азії (зростання на 4 %). В результаті на країни, що розвиваються, припадає дві третини світових ПП. Різке падіння в розвинутих країнах, так і відносно сильні показники в Азії значною мірою вплинули на великі коливання невеликої кількості країн. Із глобального падіння приблизно на 500 мільярдів доларів майже третина припадає на Нідерланди і спричинена ліквідацією кількох великих холдингових компаній, корпоративною реконфігурацією та внутрішньофірмовими фінансовими потоками. Зростання в Азії здебільшого було викликано збільшенням припливів ПП до Гонконгу, Китай (на 46 мільярдів доларів більше, ніж у 2019 році), що значною мірою відображає фінансові операції китайських ТНК.

Список літератури:

1. Куцик П.О., Ковтун О.І., Башнянин Г.І. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку: монографія. Львів: вид-во ЛКА, 2015. 594 с.
2. Сорока І.Б. Транснаціональні корпорації та їхня роль у процесі активізації міжнародної інтеграції. Актуальні проблеми економіки. 2009. № 9. С. 35–41.
3. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій: підручник. Київ: Либідь, 2005. 720 с.
6. Темніченко М.Ю. Транснаціональні компанії. Економіст. 2003. № 1, 2. С. 75.
7. Македон В.В. Формат взаємодії транснаціональних корпорацій та реального сектора національної економіки України. [Електронний ресурс] URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/bmnef/2012_1_1/25.pdf.
8. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. [Електронний ресурс] URL: www.kmu.gov.ua.
9. Малиновський В.Я. Словник термінів і понять з державного управління. Київ: Атіка, 2005. 240 с.

Шевченко К.О.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Сучасні тенденції розвитку економіки як у глобальному, так і в локальному масштабах характеризуються поглибленням зв'язків між господарськими суб'єктами та країнами в цілому. В аграрному секторі економіки інтеграційні процеси є найбільш виражені: сільське господарство розвивається майже у всіх країнах світу і є основною для формування продовольчої безпеки; аграрний сектор економіки взаємодіє з низкою суміжних сфер, що передбачає поглиблення

зв'язків; ефективність аграрного виробництва суттєво залежить від масштабу, тому консолідація земельних та інших ресурсів забезпечує синергійний ефект. У сучасних умовах глобалізації інтеграційні процеси в аграрній сфері набувають нових рис, що потребує нових досліджень і є актуальним[1].

Саме поняття «агропромислова інтеграція» визначається, як соціально економічний процес поєднання усіх сфер агропромислового виробництва у єдину динамічну систему з метою отримання прибутку та рівномірного його розподілу між учасниками[2].

Розвиваються ці процеси за висхідною лінією: починаючи від технології одержання, переробки і доведення до споживача продуктів сільськогосподарського походження і закінчуючи виникненням і формуванням певних виробничих структур агропромислового виробництва[2].

Найбільш поширеними формами агропромислової інтеграції є: контрактне виробництво сільськогосподарської продукції для торгових і переробних підприємств у відповідності з укладеними угодами; агропромислові підприємства і агрофірми; асоціації і корпорації; агрохолдинги; фінансово-промислові групи; кооперативи та кластери[3].

Лідерами в агропромисловій інтеграції є Австралія, Китай, Аргентина, Казахстан, Росія, Україна. Найбільшу площу у світі займає австралійська інтегрована компанія S. Kidman&CoLtd. До лідерів світового ринку належать дві українські компанії — Ukrland Farming, Кернел Груп[1].

До найбільших інтегрованих агроформувань світу входять українські компанії — UkrLand Farming, яке є багатогалузевим, та ПрАТ "Кернел", основним напрямком діяльності якого є виробництво олії. Аналізуючи динаміку землекористування, варто вказати на лідерів за цим показником в Україні. Крім Ukrland Farming, Кернел Групп, до найбільших інтегрованих формувань за площею земельного банку входять Агроіндустріальний холдинг "Миронівський хлібопродукт", "Агропросперис" (New Century Holding), агрохолдинг "Мрія", холдинг "АстартаКиїв". За обсягом виручки від реалізації продукції дані інтегровані формування також займають лідируючі позиції [1].

До позитивних сторін агропромислової інтеграції слід віднести: розширення міжгалузевих зв'язків, свобода вибору каналів реалізації продукції, зниження витрат за рахунок оптових закупівель, зменшення конкуренції та трансакцій, збільшення масштабів виробництва та скорочення збиткових підприємств, створюються сприятливі умови для широкого впровадження досягнень науково-технічного прогресу [4].

Створення інтегрованих агроформувань сприяє отриманню синергічного ефекту, однак, надмірна інтеграція має негативні соціально-економічні наслідки: монополізація аграрного ринку, неможливість формування конкурентних переваг дрібних товаровиробників, зменшення потреби в праці, а отже, і загроза безробіття на селі, що підкреслює необхідність антимонопольного контролю і регулювання економіки з боку держави, а також підтримка альтернативних форм об'єднання зусиль агровиробників, зокрема сільськогосподарської обслуговуючої кооперації. За таких умов важливого значення набуває антимонопольний контроль і регулювання економіки з боку держави, а також підтримка альтернативних форм об'єднання зусиль агровиробників, зокрема сільськогосподарської обслуговуючої кооперації [1].

Отже, інтеграційні процеси в економіці та зокрема в аграрному секторі нині є невід'ємним напрямком глобалізації. Найбільші інтегровані аграрні структури розміщені в Австралії, які створені ще понад 100 років тому і спеціалізуються на м'ясному виробництві. Вагому позицію на світовому ринку займають інтегровані об'єднання аграрних підприємств Китаю, Бразилії, Аргентини, які виробляють продукцію рослинництва і тваринництва [1].

Напрями подальших досліджень у цьому напрямі полягає в розробці соціально-економічної стратегії розвитку інтегрованих агропромислових формувань [1].

Список використаної літератури

- 1) Самойлик Ю. В., Вернигора М. В., Погребняк С. П., Рябко В. В. Інтеграційні процеси в аграрному секторі економіки: глобальні та національні тренди. Агросвіт №19-20. 2020. С. 16-23. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/19-20_2020/4.pdf
- 2) Шаманська О. І., Єкель Г. В. Інтеграційні процеси як фактор розвитку сільськогосподарських підприємств. Агросвіт №18. 2012. С. 35-39. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/18_2012/10.pdf

3) Корецька С. О. Економічний механізм розвитку агропромислової інтеграції. Агросвіт №7. 2012. С. 10-14. URL:http://www.agrosvit.info/pdf/7_2012/4.pdf

4) Ульяновченко О. В., Крутько М. А. Тенденції розвитку інтеграційних процесів в аграрному секторі економіки. Економічна наука. Інвестиції та досвід №18. 2019. С 5-8. URL:http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2019/3.pdf

Крукаускайте Д.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ

Сучасний розвиток глобального бізнесу вимагає побудови та реалізації ефективною та гнучкою політики управління персоналом міжнародних корпорацій, що обумовлено не лише глобальними обсягами діяльності ТНК, але й різними крос-культурними та управлінськими практиками управління персоналом, його навиками та методами розвитку. Важливо підкреслити, що людський ресурс міжнародних корпорацій є фундаментальним елементом, який надає валідність і використання інших ресурсів, у цьому сенсі персонал ТНК може розвивати навички та компетенції, які дозволять зберегти конкурентні переваги компанії протягом тривалого часу, що дозволяє говорити про побудову неповторного, унікального та конкурентоспроможного людського ресурсу в ТНК.

Питання управління персоналом міжнародних корпорацій вивчала знана група сучасних науковців, зокрема, і Г. О. Бак, О. В. Балуєва, Г. В. Снопенко, М. Д. Ведерніков, О. О. Чернушкіна, О. С. Мантур-Чубата [1-4].

Сучасними векторами розвитку персоналу міжнародних корпорацій є:

- акцент на поєднання мотивації та результатів праці;
- врахування крос-культурних трендів в менеджменті персоналу;
- впровадження гнучких форм контролю за персоналом, зокрема, з використанням сучасного програмного забезпечення;
- широке використання аутсорсингу та аутстафінгу персоналу;
- переведення частини персоналу на дистанційну роботу в умовах карантинних обмежень;
- використання гнучких командних проектів для вирішення окремих корпоративних та функціональних завдань;

- акцент на тімблдінгу та корпоративній соціальній відповідальності як формі нематеріальної мотивації персоналу;
- запровадження штучного інтелекту як для вирішення частини завдань в рамках бізнес-процесів, так і для підбору та рейтингування кандидатів на окремі посади в корпорації.

Узагальнення наукових підходів до розгляду видів та форм форми управління персоналом міжнародних корпорацій вказує на використання як класичних методів планування, організації, управління, мотивації та контролю персоналу міжнародних корпорацій, так і впровадження новітніх форм зайнятості, організація дистанційної роботи, використання штучного інтелекту в процесі навчання персоналу, грейдуння оплати праці в рамках мотивації та діджиталізація процесів контролю за персоналом [1-3].

На основі узагальнення сутності та загальної характеристики управління персоналом міжнародних корпорацій встановлено, що під даним поняттям можна розуміти системний процес планування, організації, управління, мотивації та контролю персоналу міжнародних корпорацій з урахуванням диференційованого інструментарію його залучення та використання в різних крос-культурних середовищах та глобального характеру ведення економічної діяльності ТНК.

Список літератури:

1. Бак Г. О. Значення транснаціональних корпорацій у міжнародному поділі праці / Г. О. Бак // Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. - 2012. - № 20. - С. 140-147 .
2. Балуєва О. В. Трансформація функції управління персоналом: сучасні тренди [Електронний ресурс] / О. В. Балуєва, Г. В. Снопенко. // Ефективна економіка. - 2020. - № 12.
3. Ведерніков М. Д. Сучасні технології управління персоналом: компетенційний підхід [Електронний ресурс] / М. Д. Ведерніков, О. О. Чернушкіна, О. С. Мантур-Чубата // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2018. - Вип. 19(1). - С. 39-43.
4. Грідін О. В. HR-менеджмент в сучасних організаціях: особливості та перспективи впровадження. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Харків, 2017. – Вип. 185. – С.160-172.

STATE OF THE VENTURE CAPITAL INDUSTRY, TRENDS AND PREDICTIONS

Venture capital (VC) as a type of financing businesses plays an important role in implementing innovations into the market it comes to. The business venture as a market unit the capital flows towards, is mainly formed out of a necessity for services or goods that are lacking on the market. Venture investors are ready to fund the enterprise on its early stages with the anticipation for a larger profit in time. As soon as the business takes off, additional investors may be engaged, providing support with their capital resources to expand the growth and develop the venture. All these actions are undertaken in order to share a substantial profit once the business becomes mature.

Venture capital nowadays is associated with one of the most rapidly growing companies across the industries. In the XXI century, dozens of the most successful start-ups are engaged in commercializing transformational technologies. As a result, nearly a half of IPOs in the United States is comprised of venture-backed firms [1].

Dating back to 2008, we will observe that global annual venture capital investments are set at the level of \$53 billion, which gives an understanding of a 17% compound annual growth rate over the decade (statistics was taken for 2019). One of the main catalysts for this growth was a fact of bringing investment opportunities by means of advances in collaborative technologies, global mobile Internet adoption, and a mass decrease of capital costs thanks to cloud computing [2].

Taking into account the US, as one of the biggest country players on the world scale in venturing businesses, the statistics show that more venture-sponsored businesses were launched in the 1980s than in 2013. The global peak of venture enterprises appearance dates back to 2015, later – a drastic decline, according to the Crunchbase statistics report. The reasons for this may come from two ends: 1) The financial reality of the modern economy is not reflecting too much safety for the massive emerge of start-ups and venture enterprises; 2) In 2010th, investors' interest became more narrow-focused, especially to second-time financing rounds, since,

according to Stanford University researches, it increases the new firm's revenues by an average of 115% [2].

But coming back to the present time, in the 2nd quarter of 2021, countries state record figures for the Venture Capital Industry by volumes, despite pandemic effect and economic downturn. The US venture ecosystem finished 2020 with more than 10,800 business entities across the country being financed with venture funds, and almost 1,965 venture capital firms managing 3,680 funds with \$548 billion in their controlled assets, according to the National Venture Capital Association 2021 Report [3]. At the same time, in 2020, US venture-supported start-ups engaged about 2.5 million employees involved. Total capital deployed in the US enterprises last year complied \$164 billion resulting in \$321 billion of global total VC invested. Continuing the US example, the country's share of global venture investments is held on the level of 51% in 2020, even though in comparison to 90%+ the US kept in 1990s it seems deficiently.

By analyzing the trends in venture financing across the industries, EY reports states that pandemic economies keep channeling the VC flows into Information Technology industry with software developing area as a leading one in capital attraction. The leading sectors in number of deals made are as follows: Financial and Business services; Health and Life sciences; Consumer services; Consumer goods; Industrials; Energy. The structure of amounts invested in sectors measures in US dollars looks likewise [4].

From the view of Mega-round numbers (investments with the total amount attracted more than \$100 million), the total amount invested into Mega-rounds since 2019 become 4 times bigger. There was a rise in comparison to 2020 as well resulted in twice as big figures as they were in 4th quarter of 2020, according to EY reports [4]. The most representative statistics measurements in this field were gathered in US, where more than 200 mega-rounds took place in a single quarter. Thereby, nearly 60% of all the capital raised in 2nd quarter of 2021 was generated from 205 deals with the total value in \$41,6 billion.

As a conclusion to the above mentioned, just a year ago experts of the industries were foreshadowing a global slump in finance attraction, especially for the venture

capital flows as for the ones prone to be scaled down in case of unfavorable economic premises. As of now, we see the opposite direction of these flows. Surely, the situation could turn promptly in the view of a variety of known and unknown reasons. For the short-term future, however, I see more of rounded angles. Capital formation fundamentals stay strong in 2021, and a wide range of investment opportunities with the existing list of companies ready to accept “the financial tide” of venture investors as well as the number of modern investment themes are charted at record levels.

References:

1. William Janeway, Ramana Nanda, Matthew Rhodes-Kropf, “*Venture Capital Booms and Startup Financing*”, (Harvard Business School, 2021), 2-3, https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/21-116_5b4716a3-5a86-42c0-8e25-810ca94b2c79.pdf
2. Alex Graham, “*State of the Venture Capital Industry in 2019*”, (Toptal, 2019), 6-7, https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2799924/Finance%20Decks/Whitepapers/Finance/State_of_the_Venture_Capital_Industry_in_2019_-_02.pdf
3. “*Record Year for U.S. Venture Capital Industry Despite Pandemic and Economic Downturn*”, last modified March 25, 2021, <https://nvca.org/pressreleases/record-year-for-u-s-venture-capital-industry-despite-pandemic-and-economic-downturn/>
4. Jeffrey Grabow, “*The venture ecosystem continues to see a robust amount of deal activity and we anticipate that to continue in the second half of 2021*”, last modified 12 August, 2021, https://www.ey.com/en_us/growth/venture-capital-activity-in-the-second-half-of-2021
5. “*The Sky Is The Limit: Mega Funds and Mega Rounds at Venture Capital*”, last modified 4 February, 2021, <https://acv-vc.medium.com/the-sky-is-the-limit-mega-funds-and-mega-rounds-at-venture-capital-c2de85b1c6d>
6. GenéTeare, “*Global VC Report 2020: Funding And Exits Blow Past 2019 Despite Pandemic Headwinds*”, last modified 13 January, 2021, <https://news.crunchbase.com/news/global-2020-funding-and-exit/>

Кутова Є.І.

МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ ЄС

Туризм - одна з найбільш розвинених галузей економіки. Завдяки інтенсивним темпам розвитку промисловість визнана економічним явищем століття. Розширення економічних, політичних та культурних відносин між країною та народом сприяло цьому явищу. Розвиток туризму в таких масштабах розширив кругозір мільйонів людей та дізнався про історію та традиції різних країн, а також про культурну спадщину світу[1].

Світовий ринок газу — це сукупність регіональних ринків природного газу, яка включає особливості відносин між виробниками та споживачами та специфіку ціноутворення. Світовий ринок газу з урахуванням факторів географічного розташування та обсягів експорту та імпорту включає: північноамериканський, азіатсько-тихоокеанський, європейський ринок газу тощо. Виняток становить лише світовий ринок скрапленого природного газу — через технологічні особливості виробництва та транспортування. Внутрішнє законодавство визначає наступне: «ринок природного газу - сукупність правовідносин, що виникають у процесі купівлі -продажу природного газу, надання послуг з його транспортування, зберігання, розподілу та постачання» [1].

- Цілісне розуміння глобальної енергетичної безпеки з урахуванням принципів безпеки очищення, використання (попит), транспортування, постачання, передача енергетичних матеріалів і виробів визначається спільною зацікавленістю світу в їх надійному, екологічно та економічно прийнятному енергозабезпеченні. Подолання найважливіших енергетичних проблем є важливим для підтримки впровадження системи забезпечення стабільного та доступного енергопостачання. Для громадян та економіки ЄС незмінно актуальні такі супутні проблеми: зростання світового попиту, дефіцит та різкі коливання цін на енергоматеріали;

- значні витрати на імпорт енергоносіїв протягом календарного року перевищують 350 млрд євро;

- особливо висока залежність від імпорту сирої нафти (більше 90%) та природного газу (66%); забезпечення майже 25% загальної внутр

- споживання первинної енергії, енергетичних матеріалів і продуктів за рахунок використання природного газу [2].

Обмежені запаси природного газу, нерівномірність споживання та розподілу первинних джерел енергії за країнами стримують вирішення проблеми залежності значної кількості держав-членів Співтовариства від імпорту протягом календарного року понад 50% необхідних обсягів природного газу. Значна частина цих обсягів загального внутрішнього споживання природного газу

імпортується до ЄС з третіх країн. Імпорт природного газу для потреб деяких із цих країн значною мірою залежить від одного джерела або єдиного транспортного маршруту висотою кілька тисяч кілометрів. Це призводить до ризику потенційних криз переривання поставок природного газу в ці європейські країни, що корелює з неефективністю енергетичної інфраструктури, комерційними чи політичними суперечками.

Загалом ринок газу виконує такі функції:

контрольно-регулююча – забезпечує організацію виробництва, розподілу, зберігання та транспортування газу до кінцевого споживача; контроль за окремим впровадженням:

- ціноутворення - встановлює рівень ринку;
- інформаційний - контролює обсяги споживання;
- посередництво.

Нещодавно глобальний газовий сектор зазнав митні зміни, які стосувалися, насамперед, динаміки споживання та цін. Так, у 2019-2020 рр. зростання споживання природного газу в Північній Америці становило 4,0%, Південній і Центральній Америці - 5,3%, Африці - 7,5%, Азіатсько-Тихоокеанському регіоні - 5,0%, на Близькому Сході - 4,0% [2]. В Європі протилежна ситуація - споживання натурального газу зменшився на 2,3%. Це наслідок рецесії, високих цін на газ та орієнтації енергетичної політики на відновлювані джерела енергії (привабливість газу для електроенергії знижується). Протилежні тенденції в динаміці споживання зумовлені різницею в цінах на газ. Так, ціна на газ у США в 2020 році була майже в чотири рази нижчою за європейську і становила 2,76 дол[5].

Концепція ЄС «Зовнішня політика на службі енергетичних інтересів Європи» (2025) і визначає Україну як одного з пріоритетних партнерів ЄС у енергетичному діалозі, враховуючи як її статус великої країни - транзитника енергії, так і її наміри щодо європейської інтеграції.

Зі свого боку, Україна зацікавлена у тісній та взаємовигідній енергетичній співпраці з Європейським Союзом, найефективнішому використанні її

транзитних можливостей та спільних зусиллях щодо забезпечення європейської енергетичної безпеки в інтересах сталого розвитку[4].

Однак сьогодні внутрішній газовий сектор недостатньо готовий до виходу на вільні ринки, оскільки він монополізований, позбавлений належного регуляторного забезпечення, належного регулювання та сприятливого інвестиційного клімату. Недостатній рівень незалежності регулюючого органу, неринкові ціни та тарифи, практика перехресного субсидування окремих споживачів, несплата за споживання газу-все це спричиняє неефективність українського газового сектору, старіння газотранспортних систем та стагнацію виробництва, що дає перспективи його розвитку.

Щоб приєднатися до європейського енергетичного простору, газовий сектор національної економіки має бути радикально реформований на основі лібералізації та формування конкурентоспроможного внутрішнього ринку. Водночас практичним заходам реформування має передувати їх нормативно -правове забезпечення, а прийняття рішень (законодавство) - публічне обговорення пропозицій із залученням усіх учасників майбутнього лібералізованого ринку. Це практика формулювання енергетичного законодавства Європейського Союзу.

Розвиток європейського енергетичного сектору характеризується поступовістю, яка демонструє чітке усвідомлення державами -членами ЄС переваг політики, що проводиться на наднаціональному рівні, а також готовність спільно вирішувати проблеми. Однак слід зазначити, що, на відміну від існуючого єдиного ринку товарів, послуг та робочої сили, єдність у сфері енергетики в Європейському Союзі ще не досягнута. Основною причиною є національне відокремлення енергетичних мереж, що призводить не тільки до високих цін, а й до високого ступеня залежності від окремих постачальників, насамперед від Росії, яка є найбільшим постачальником природного газу до ЄС. Крім того, уряди та компанії кожної з 28 країн, імпортуючи енергію, ведуть незалежні переговори з продавцями, що послаблює їхні позиції як учасників переговорів. Хоча спільна енергетична позиція ЄС у переговорах зменшить закупівельні ціни та підвищить енергоефективність[5].

Європейський Союз сильно залежить від імпорту енергії з -за кордону. У 2020 році країни -члени ЄС виробили менше половини спожитої енергії. Залежність від імпорту енергії особливо висока в деяких державах -членах, таких як Італія, Ірландія (більше 80% загального споживання енергії), Німеччина, Іспанія та Австрія (60% до 80%). Тому зрозуміло, що регулювання енергетичного сектору та охорона клімату завжди на порядку денному Європейського Союзу. Щоб підтвердити вищесказане, на рис. 1 показана галузева розподіл проектів, що фінансуються ЄС, на період 2014-2020 років. З 42 проектів, затверджених Європейським інвестиційним банком, 17 стосуються енергетичного сектору. Це свідчить про серйозність європейської політики щодо вдосконалення внутрішнього енергетичного ринку.

Отже, стратегічні інтереси України в енергетиці пов'язані, насамперед, з мінімізацією негативних політичних та економічних наслідків дефіциту енергії та збігаються з інтересами ЄС. Вирішення проблеми дефіциту енергії є необхідною умовою не тільки підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств, а й збалансування українсько-російських відносин.

Список літератури:

1. Енергетична стратегія України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358>
2. Запухляк І.Б. Сучасний стан та проблеми газотранспортної системи України у контексті євроінтеграційних процесів [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/8_2017/11.pdf
3. Ринок газу ЄС: стан і тенденції розвитку // Національна безпека і оборона. – 2018.
4. Чернецька О. В. Механізм лібералізації енергетичного ринку Європейського Союзу (на прикладі ринків електроенергії та газу): автореф. дис... к-та екон. наук: 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / О. В. Чернецька. – К., 2018. – 20 с.
5. Description of scenarios in the Energy Roadmap 2050 [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/sec_2011_1565_part2.pdf

Садирбаєва С.Т.

MODERN DEVELOPMENT STRATEGIES OF AN INTERNATIONAL COMPANY PREPLY

Modern conditions of functioning of domestic enterprises characterized by a protracted financial and economic crisis, growing uncertainty in the external environment (individualization and dynamism of consumer behavior, the latest

information technology, high demands on the quality of goods and services, etc.), political instability, intensification of competition, inability to achieve high economic results, etc. It is the post-crisis period that motivates the company to survive in conditions of competition, to achieve sustainable and continuous development. Therefore, it becomes extremely important to develop a strategy that allows the firm to survive in competition long term.

In the face of fierce competition and the market situation, that is fastis changing, it is very important not only to focus on the internal state of affairs of the firm, but also to develop a long-term strategy that would allow it to keep up with changes in the external environment.

The concept of enterprise development strategy is basic in theory strategic management, because it is the unifying mechanism of the goals of opportunities (potential) and conditions (external and internal environment). Based on business objectives, it identifies the means by which the company can turn its strategic intentions into market advantages, interacting with external influences, without this its effective adaptation to strategic changes in conditions of uncertainty and variability of the environment is impossible. The situation is also complicated by the inconsistency of processes that take place within enterprises, the presence market requirements for business management. The strategy helps the company to choose its rational path of development and create the most important advantages in its operation.

The development of online learning is part of the state education policy. Online learning is one of the main trends in the development of educational technologies around the world. It is necessary to constantly improve technologies, regulatory framework, methods so that the level of development of information systems and organizational processes constantly corresponds the growing technological competencies of our students and applicants. It is necessary to provide students with new learning models to improve the effectiveness of education. Over the past few years, many major players in the online education market, both in Ukraine and abroad, have been looking for new approaches to the organization of education and

the formats of its monetization. The main trends in the development of online education:

- Hybrid models, blended learning;
- Group design work within MOOCs and SPOCs;
- Accompanying online students based on psychometric analytics;
- Online training accompanied by tutors;
- Assessment activities with personal identification.

The characteristics of educational services determine the features of promoting services for the study of a foreign language: a point sample of the target audience, the use of real photographs and lively emotions, simple understandable texts in advertising messages, informational reasons for meeting the target audience and acquaintance with the teaching staff.

Therefore, acquiring this service, there is a possibility that the client will not be satisfied, which causes certain difficulties in planning and implementing the promotion program. From this it follows that it is necessary to take the following series of actions:

- inform the public about the quality of the services provided in order to dispel the doubts of the client;
- maintain a reputation;
- to form consumer preferences;
- maintain awareness.

The main marketing promotion tools, of which there are quite a large number, are also considered. The task of the marketer is to be able to combine these tools and methods with each other to achieve the most effective result. Preply was chosen for marketing research and development of the promotion program. When analyzing the market of language schools, it was noted that today there is a growth trend of this kind of companies, and there are also organizations that have been on the market for a long time, have a positive reputation and inspire confidence in the target audience, but have a number of similar weaknesses and disadvantages.

Based on the data obtained during the marketing research among the clients of the school, the most effective promotion tools: corporate website, social networks and

Internet advertising. Also, the main communication problems were identified, such as: low awareness of the target audience about the school activities and activities due to insufficient Internet coverage.

In the context of the development of the promotion program, greater interest was shown in the Internet promotion of the Preplylanguage school, as well as interaction with potential clients on social networks, such as FB and Instagram, in addition to these events, the language center will host "Doors open days" are also used to create an informational occasion for communication with target customers.

Having analyzed the modern development strategies of Preply we may conclude that talent management strategy is one of the best approaches in Preply personnel management development. Preply Enterprise is a program specially designed for teams and organizations offering made-to-measure language training with online tutors.

The work to promote the language school involves creating such an image of a language school that will induce a potential client to make a choice in favor of it. The media plan is focused on promotion to schools in the most popular Internet sites. This set of measures will require large expenses for the implementation of the tasks, however, is necessary for the successful existence and development of the language school in a highly competitive environment.

We believe that the proposed promotion program will help not only solve the existing communication problems of the school, but also contribute to strengthening the company's reputation and increase awareness in general. This topic has prospects for development, since almost every year new methods, methods and tools for promoting goods and services appear. Each instrument has one effect or another. There is always a result from marketing activities. We need to be able to correctly evaluate the data result and draw conclusions. It is necessary correctly set the goal that the company wants to achieve, and from this build on when developing promotion programs.

РОЗВИТОК РИНКУ МЕДИЧНОГО ОБЛАДНАННЯ В УКРАЇНІ

Ринок виробництва медичного обладнання розуміється як сукупність підприємств, котрі займаються виробництвом медичного обладнання; підприємств, які формують пропозицію цього ринку; споживачів, які користуються вищезгаданою продукцією, що утворюють попит. За визначенням Національної служби охорони здоров'я, медичні вироби - будь-які інструменти, апарати, прилади, обладнання, матеріали та інші вироби, що застосовуються в медичних цілях окремо або у поєднанні між собою, а також разом з іншими приладами, необхідними для застосування зазначених виробів за призначенням, включаючи спеціальне програмне забезпечення, та призначені виробником для профілактики, діагностики, лікування та медичної реабілітації захворювань, моніторингу стану організму людини, проведення медичних досліджень, відновлення, заміщення, зміни анатомічної структури або фізіологічних функцій організму, запобігання або перериванню вагітності, функціональне призначення яких не реалізується шляхом фармакологічного, імунологічного, генетичного чи метаболічного впливу на організм людини.[1]

Основними виробниками медичного обладнання на ринку України є: ТОВ “Радмір” - найбільша компанія, що вийшла з космічної галузі і перенесла весь свій досвід і науковий підхід на виробництво складної медичної електроніки. Колись це був НДІРВ — Науково-дослідний інститут радіотехнічних вимірювань, який у дев'яності розширив сферу діяльності. Компанія випускає прилади УЗД з 1993 року, а на даний момент виробляє мамографи і рентгенівські апарати. ТОВ “Телеоптик”: Компанія займається рентгенівським обладнанням, а протягом дев'яти останніх років розробляє цифрові приймачі, які відрізняються підвищеною якістю зображення і не мають аналогів у світі. ТОВ “КРАС” - ще один значний виробник апаратів для рентгену, зокрема — діагностичного комплексу "Медікс". Компанія існує в Києві з 1992 р. ТОВ “Ютас” - виробник електрокардіографів, інфузійної техніки, апаратів ШВЛ і транспортних моніторів. Основний профіль їх продукції — моніторинг та діагностика серцевих

захворювань. На сьогодні саме ці компанії є основними експортерами українських медичних товарів у країни Європи та Азії [6]. Основними українськими імпортерами є: Асоціація «Оператори ринку медичних виробів» (AMOMD) – перша та єдина в Україні професійна організація, яка об'єднує понад 50 національних виробників, імпортерів, дистриб'юторів та інших учасників ринку медичних виробів; SmartPharma – спеціалізована аутсорсингова компанія, команда професіоналів, які мають успішний досвід роботи на фармацевтичному ринку. Нині компанія динамічно розвивається. Фахівці з продажу та маркетингу, реєстрації та логістики [5].

На сьогоднішній день основними проблемами Українського ринку медичного обладнання є непрозорість, значна корупційна складова, неефективне розпорядження бюджетними коштами з боку держави, підвищення вартості продукції через девальвацію гривні, дію 10% націнки на медичне обладнання при державних закупівлях, запровадження нових правил її реєстрації. Шляхом рішення проблем ринку медичного обладнання є запровадження нових правил при державних закупівлях (відмова від практики прописування технічних завдань під обладнання певного виробника, запровадження економічного обґрунтування закупівлі, забезпечення прозорої процедури торгів онлайн); запровадження страхової медицини, що дозволить більш ефективно використовувати бюджетні кошти та зменшити корупційну складову; дерегулювання процедур доступу на ринок обладнання з маркуванням СЕ. Товар, що поставляється на ринки Європейського союзу, має відповідати застосовуваним в Євросоюзі стандартам якості і бути безпечною для споживачів. З метою підтвердження відповідності мінімальним нормам безпеки на території Європейського союзу, а так само в Ісландії, Норвегії, Ліхтенштейні та Туреччині, застосовується СЕ маркування товарів. СЕ (Conformité Européenne) або знак «європейська відповідність» – спеціальний знак, що наноситься на продукцію, що підтверджує відповідність продукції застосовуваним Директивам Євросоюзу і гармонізованим нормам технічного регулювання в ЄС, і що означає, що дана продукція пройшла процедуру сертифікації або декларування для європейського ринку.

Список літератури:

- 1) ProConsulting. Ринок медичного обладнання в Україні: потреби поки перевищують можливості [Електронний ресурс] / ProConsulting. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-medicinskogo-oborudovaniya-v-ukraine-potrebnosti-roka-prevyshayut-vozmozhnosti>
- 2) Аналіз ринку мед.обладнання [Електронний ресурс] // ProConsulting. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-medicinskogo-oborudovaniya-ukrainy-2020..>
- 3) Сучасний стан та проблеми інтеграції інформаційних технологій в охорону здоров'я [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://esemi.org/сучасний-стан-та-проблеми-інтеграції/>.
- 4) Проблеми залучення та використання міжнародних інвестицій в економіці України – Київ, 2017. – 18 с.
- 5) ФармаГейт [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://pharmagate.com.ua/ru/partners/>.
- 6) ТОП виробників медичної техніки в Україні [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/07/6/21478/>.
- 7) Світовий ринок мед.обладнання [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: [https://zdrav.expert/index.php/Статья:Медицинское_оборудование_\(мировой_рынок\)](https://zdrav.expert/index.php/Статья:Медицинское_оборудование_(мировой_рынок)).

Наукове видання

**ГЛОБАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ:
СТРАТЕГІЧНІ МОТИВАЦІЇ, ФОРМАТИ,
НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ**

*Збірник матеріалів студентської науково-практичної
Інтернет-конференції*

25 листопада 2021 р.

Видано в авторській редакції

Підписано до друку 30.11.2021. Формат 60×84/8
Друк. арк. 21,28. Зам. № 21-5706.

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)
E-mail: litera_kneu@ukr.net