

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН
ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

СУЧАСНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

МАТЕРІАЛИ

VI ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(25 квітня 2023 року, м. Харків, Україна)

Харків 2023

УДК 339.9(063)
С91

*Реєстраційне посвідчення УкрІНТЕІ МОН України
(№ 602 від 22 грудня 2022 року)*

*Затверджено до друку рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 8 від 16 травня 2023 року)*

Сучасні перетворення міжнародного бізнесу. Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 квітня 2023 року, м. Харків, Україна) / За заг. ред. Архіреєва С. І., Дерід І. О. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. – 182 с.

ISBN 978-966-285-698-9

Матеріали містять теоретико-методологічний і структурно-функціональний аналіз поняття міжнародний бізнес та розкривають сутність та специфіку сучасних перетворень міжнародного бізнесу. Досліджуються: розвиток міжнародного бізнесу в умовах глобальної невизначеності, інституційні трансформації національних економік у відповідь на тенденції світового господарства, національні чинники перетворень міжнародного бізнесу, галузеві перетворення міжнародного бізнесу, сучасні проблеми управління міжнародним бізнесом, глобальні фінанси міжнародного бізнесу.

Для наукових співробітників, педагогів, аспірантів, студентів, а також усіх тих, хто цікавиться дослідженням проблем міжнародного бізнесу.

Матеріали статей подаються в авторській редакції мовою оригіналу.

Відповідальність за достовірність інформації, коректність математичних викладок та точність наведених фактів несуть автори.

Редакція може не поділяти точку зору авторів на викладену проблему.

Посилання на матеріали збірника обов'язкові.

УДК 339.9(063)

ISBN 978-966-285-698-9

©Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2023
©Колектив авторів, 2023

ЗМІСТ
СЕКЦІЯ I
РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ
НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Довга А.М., Дуна Н.Г. РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	7
Золотухіна Т.В. РИЗИКИ, ПОВ'ЯЗАНІ ЗІ ЗМІНАМИ ВАЛЮТНИХ КУРСІВ, ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ	10
Подольнянець Є. Є., Шедякова Т. Є., Чистякова І. А. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВИХ ФОНДОВИХ РИНКІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	14
Shovchko A., Shilovtseva N. GLOBALIZATION AS A FACTOR OF TRANSFORMATION OF THE RESOURCE POTENTIAL OF THE WORLD ECONOMY	18
Бас Д.М., Кондратенко Н.Д. ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ НА ЗАСАДАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	22
Корольок А.О. ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	25
Соколова З.С. ЕКСПАНСІЯ МЕДІА КОМПАНІЇ NETFLIX В АФРИЦІ	29
Телиженко А.В. САНКЦІЇ ЯК ВИД РИЗИКУ КРАЇНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС	32
Клюєва О.А. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ФРАГМЕНТАРНОСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	36

СЕКЦІЯ II
ІНСТИТУЦІЙНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК У
ВІДПОВІДЬ НА ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Іващенко М.В. ЕКОНОМІКА ВРАЖЕНЬ ЯК ІНСТИТУЦІЙНЕ ЯВИЩЕ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	40
Ночвіна І. О. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	43

Kondratenko N. THE IMPACT OF DIGITALIZATION OF BUSINESS ON THE TRANSFORMATION OF CONSULTING ACTIVITIES	46
Безрук Н.С ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ	48

СЕКЦІЯ III

НАЦІОНАЛЬНІ ЧИННИКИ ПЕРЕТВОРЕНЬ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Arkhiereiev S. GLOBAL VALUE CHAINS FINANCING AS A DRIVER OF INTERNATIONAL BUSINESS IN POSTWAR UKRAINE	51
Денисенко І. В., Лазаренко В. Є. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	54
Фотіна А.С. ВЗАЄМОВІДНОСИНИ УКРАЇНИ ТА ЯПОНІЇ ЯК БАЗИС ДЛЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	58
Солошенко Д. К. СПІЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК ОДНА З ФОРМ МІЖНАРОДНОГО ПРОНИКНЕННЯ	63
Тимошенко І.В., Рерук А.А. ШЕРИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	66
Тимошенко І. В., Нащекіна О. М. ОЦІНКА ТІСНОТИ ФАКТОРІВ ВІДТВОРЕННЯ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ У МІЖНАРОДНИХ ПОРІВНЯЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ	69

СЕКЦІЯ IV

ГАЛУЗЕВІ ПЕРЕТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Дерід І.О., Петрик А. О. ЯК СПЕЦИФІКА ПОКОЛІННЯ ЗУМЕРІВ ВПЛИТАЄТЬСЯ В ПОЛІТИКУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ PHILIP MORRIS	73
Белименко О.С., Єфімова К.В. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ БІОМАСИ В ЕНЕРГЕТИЦІ УКРАЇНИ	79
Гайдук Г. І., Шедякова Т. Є. КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ РИНКІВ B2C ТА B2B У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	83
Коваль Д. О., Шедякова Т. Є., Хорошилова І. О. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ	86

Мaksymenko D. PHARMACEUTICAL MARKET RESEARCH IN THE FOCUS OF CONCENTRATION	90
Пахомов В. А., Шедякова Т. Є., Лубенець С. В. МІЖНАРОДНИЙ ІТ-АУТСОРСИНГ: ДРАЙВЕРИ РУХУ ТА ФАКТОРИ СТРИМУВАННЯ	92
Соловйов Д. С. ГЛОБАЛЬНИЙ РИНОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	97
Степанов О. Р., Майборода О. Є. ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ – АКТУАЛЬНИЙ ТРЕНД МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	100
Щукіна А. М. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ	104
СЕКЦІЯ V	
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ БІЗНЕСОМ	
Вовк Є. С., Шедякова Т. Є., Шиловцева Н. В. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗДІЙСНЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	110
Зелінський І. Р. РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ	114
Муренець І. Г. ЯКІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ В СУЧАСНИХ ЗМІНАХ МІЖНАРОДНОГО СЕРЕДОВИЩА	117
Тимошенко І. В., Зорянська І. М. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОБҐРУНТУВАННЯ КОЛІРНИХ РІШЕНЬ У РЕКЛАМІ	120
Чистяков С. В. ДЕЯКІ СПОСОБИ УНИКНЕННЯ ПОДВІЙНОГО ОПОДАТКУВАННЯ	123
Карпенко І.В. ДІЯЛЬНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖЕРА В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	127
Обуховська О.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТРЕНДИ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ	130
Дмитрієва Д.О., Лазаренко В.Є. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ	135

Kravchenko A., Kondratenko N. OVERCOMING THE CHALLENGES OF MANAGING A GLOBAL TEAM	137
Усова Ю.С. СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	141
СЕКЦІЯ VI	
ГЛОБАЛЬНІ ФІНАНСИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	
Зварич І. Я., Бродовська О.Г, Кравчук Д.В. СТАЛЕ ФІНАНСУВАННЯ ТА СТАЛІ ІНВЕСТИЦІЇ «ЯКИЙ СВІТ ЗАЛИШАТЬ МОЇ ІНВЕСТИЦІЇ МОЇМ СПАДКОЄМЦЯМ»	144
Чемчикаленко Р.А. ЯКІСТЬ МІЖНАРОДНИХ РЕЗЕРВІВ ЯК КРИТЕРІЙ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ	146
Єсіпова К. Д., Шедякова Т.Є. РОЛЬ ТА МІСЦЕ КРИПТОВАЛЮТ У СВІТОВІЙ ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ	150
Жванко С. І., Чемчикаленко Р. А. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В МІЖНАРОДНОМУ ФІНАНСОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	154
Карпенко Є. Є., Лазаренко В. Є. ЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСІВ	159
Рябоконт Я.Є., Шкодiна І.В. ОФШОРНІ ЗОНИ, ЯК СПОСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ	163
Стельмашова Н.О. , Шкодiна І.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ФОНДОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	166
Фоменко М. Р., Майборода О. Є. ЛОГІСТИЧНІ ВИТРАТИ: ВИЗНАЧЕННЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОБЛІК	170
Шкодiна І.В. СТІЙКІ ІНВЕСТИЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	175
Хоменко А.А., Легостаєва О.О. ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИ УСУНЕННЯ ПОДАТКОВИХ РИЗИКІВ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	178
Фрiдман О.А. УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПЕРІОД ВОЄННОГО ЧАСУ	182

СЕКЦІЯ І
РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ
НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

УДК 339.9:[330.341.1:004]

Довга А.М.¹, Дуна Н.Г.²

Dovha A.¹, Duna N.²

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ
ЕКОНОМІКИ

DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE
DIGITAL ECONOMY

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

¹студентка кафедри міжнародної економіки та світового господарства,

²к.е.н., доц., в.о. завідувача кафедри міжнародної економіки та світового

господарства

м. Харків, Україна

В сучасних умовах цифровізація стала ключовим фактором зростання міжнародного бізнесу. Під діджиталізацією розуміють процес перетворення аналогової інформації в цифровий формат, що дозволяє зберігати, обробляти та передавати її за допомогою цифрових технологій [1, с. 12].

Цифровізація дозволила бізнесу вийти на глобальні ринки, покращити клієнтський досвід та створити нові бізнес-моделі. Оцифрована інформація допомагає компаніям використовувати передові інструменти аналітики для вивчення поведінки, вподобань та очікувань клієнтів, оптимізації процесів та операцій в ланцюгах постачань для зменшення рівня запасів та покращення логістики. Крім того, цифрова трансформація дозволила бізнесу створювати новий клієнтський досвід. Наприклад, персоналізовані рекомендації та платформи для онлайн-замовлень докорінно змінили спосіб взаємодії бізнесу з споживачами.

Цифровізація також створила нові можливості для міжнародного бізнесу щодо розширення глобальної присутності. Електронна комерція та соціальні мережі сприяли розвитку якісно нових зв'язків із клієнтами по всьому світу та виходу на нові ринки.

Однак цифрова трансформація посилила виклики для міжнародного бізнесу. Впровадження нових цифрових технологій вимагає значних інвестицій та змін в організаційних структурах і процесах. Крім того, компанії повинні адаптуватися до мінливих очікувань клієнтів та посилення конкуренції з боку стартапів.

Електронна комерція передбачає купівлю та продаж товарів і послуг в Інтернеті. Розвиток цифрових технологій дозволив компаніям більш

ефективно та оперативно спілкуватися з глобальною аудиторією. Згідно зі звітом Statista, світовий ринок електронної комерції досягне у 2023 році 6,5 трлн. дол. [2].

Електронна комерція якісно трансформувала спосіб ведення міжнародного бізнесу, що дозволило залучати нових клієнтів, зменшувати витрати та підвищувати конкурентоспроможність. Наприклад, найбільший у світі онлайн-рітейлер Amazon трансформував галузь роздрібної торгівлі, пропонуючи покупцям широкий асортимент товарів за конкурентними цінами з доставкою прямо до їхніх дверей.

Крім того, електронна комерція дала можливість малим і середнім підприємствам (МСП) отримати доступ до нових ринків і конкурувати з великими компаніями. Використання цифрових платформ Alibaba та Amazon дає можливість МСП більш ефективно та результативно спілкуватися з глобальною аудиторією, що сприяє зменшенню витрат та бар'єрів для входу на ринок [3].

Однак електронна комерція також створює нові виклики. Однією з найважливіших проблем є управління транскордонними платежами. Фірми повинні бути здатні приймати платежі в різних валютах і дотримуватися різних податкових законів і правил у кожній країні, де вони працюють. Крім того, компанії повинні забезпечити безпеку та конфіденційність даних клієнтів, що має вирішальне значення для побудови довіри та підтримки позитивної репутації на світовому ринку.

Цифровий маркетинг базується на використанні цифрових каналів, таких як соціальні мережі, пошукові системи та електронна пошта для просування товарів і послуг. Цифровий маркетинг на основі персоналізації маркетингових повідомлень дозволив бізнесу працювати з глобальною аудиторією більш ефективно. Наприклад, компанія Coca-Cola використовує цифровий маркетинг для просування свого бренду в усьому світі, створюючи локалізовані маркетингові кампанії, які адаптовані до культурної та регіональної специфіки.

Крім того, цифровий маркетинг дозволив компаніям вимірювати та аналізувати ефективність своїх маркетингових кампаній на основі цінної інформації про поведінку та вподобання клієнтів. Це, в свою чергу, сприяє вдосконаленню маркетингових стратегій та підвищенню конкурентоспроможності на світовому ринку.

Однак цифровий маркетинг не позбавлений викликів. Однією з найважливіших проблем, з якою стикаються компанії, є питання конфіденційності та безпеки даних. Фірми повинні захистити дані клієнтів від кіберзагроз і дотримуватися різних правил конфіденційності даних у кожній країні, де вони працюють. Крім того, компанії повинні вміти орієнтуватися в культурних відмінностях і адаптувати свої маркетингові стратегії до місцевих споживацьких настроїв.

Цифровізація суттєво вплинула на ланцюги постачання, зробивши їх більш ефективними та рентабельними. Впровадження цифрових технологій

дозволяє контролювати ланцюги постачань у режимі реального часу, що призводить до покращення управління запасами, зменшення відходів та оптимізації логістики. Діджиталізація ланцюгів постачань також дозволяє компаніям виявляти та усувати вузькі місця, що підвищує їх загальну ефективність.

Зокрема, використання технології блокчейн має потенціал якісно трансформувати ланцюги постачань, забезпечуючи прозору та безпечну систему запису транзакцій. Блокчейн дозволяє учасникам ланцюга постачань відстежувати рух товарів у режимі реального часу, що призводить до зменшення ризику шахрайства та підвищення ефективності діяльності.

Наприклад, компанія Walmart впровадила систему відстеження ланцюгів постачання продуктів харчування на основі блокчейну, що призвело до значного скорочення часу, необхідного для виявлення джерела забрудненої харчової продукції.

Аналітика великих даних є ключовим фактором розвитку сучасного міжнародного бізнесу. Вона дозволяє організаціям приймати рішення, засновані на даних, оптимізувати свою діяльність та отримувати конкурентну перевагу на світовому ринку. Для міжнародного бізнесу аналітика великих даних стала важливим інструментом для управління різними ризиками, такими як коливання валютних курсів, політична нестабільність і збої в ланцюгах постачань [4]. На основі аналізу архівних даних та моніторингу подій у реальному часі, компанії можуть прогнозувати потенційні ризики та вживати проактивні заходи для їх пом'якшення.

Розвиток аналітики великих даних у міжнародному бізнесі не лише трансформував спосіб роботи компаній, але й створив нові можливості для співпраці та інновацій. Компанії можуть використовувати цю аналітику для розробки нових продуктів і послуг, виходу на нові ринки та побудови стратегічних партнерств для підвищення конкурентоспроможності.

Таким чином, застосування цифрових технологій дозволяє міжнародному бізнесу залучити більшу кількість клієнтів, збільшити обсяги продажів, частку на ринку, підвищити ефективність своєї діяльності та отримати бажаний рівень доходу й прибутку. Цифрова трансформація міжнародного бізнесу є необхідною умовою оперативного реагування на потреби споживача, формування та утримання конкурентних переваг.

Література: 1. Цифровізація економіки України: трансформаційний потенціал: монографія / В.П. Вишневський, О.М. Гаркушенко, С.І. Князев, Д.В. Липницький, В.Д. Чекіна; за ред. В.П. Вишневського та С.І. Князева; НАН України, Інститут економіки промисловості. — Київ: Академперіодика, 2020. — 188 с. 2. Statista. Global e-commerce market size 2014-2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (Last accessed: 14.03.2023) 3. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Digital economy report 2019. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf (Last accessed: 15.03.2023) 4. Aven T. Risk assessment and riskmanagement: Review of recent advances on their foundation. European Journal of Operational Research. 2016. Volume 253. P.1-13.

Золотухіна Т.В.
Zolotukhina T.V.

**РИЗИКИ, ПОВ'ЯЗАНІ ЗІ ЗМІНАМИ ВАЛЮТНИХ КУРСІВ, ТА
УПРАВЛІННЯ НИМИ**
**RISKS ASSOCIATED WITH CHANGES IN CURRENCY RATES AND
THEIR MANAGEMENT**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: к.е.н., доцент Дерід І. О.
м. Харків, Україна*

Валютний ризик означає ризик несприятливої зміни вартості операції, яка проводиться в іншій валюті, ніж основна (національна валюта). Цей ризик виникає внаслідок коливань базових курсів валют або деномінованих курсів валют і називається також ризиком валютного курсу.

Види валютних ризиків:

1. Ризик транзакції виникає, коли господарські операції проводяться в валюті, відмінній від національної валюти організації, і існує можливість небажаних змін валютних курсів з моменту укладення угоди до моменту здійснення розрахунків. Цей тип валютного ризику відомий як операційний ризик і може виникнути через фактичні або потенційні операції з експорту та імпорту.

2. Ризик трансляційний. Якщо у господарській організації є іноземна дочірня компанія, яка має відмінну від валюти звітності материнської компанії валюту звітності, то для складання консолідованої звітності необхідно перевести дані допоміжного балансу у валюту звітності материнської компанії згідно зі стандартами бухгалтерського обліку. Цей ризик негативно впливає на нетто-вартість активів та пасивів при конвертації їх у фінансовій звітності в національну валюту. Тобто, пасиви і активи відображаються в єдиній валюті в балансі, але якщо в їх основі лежить щось, що від самого початку виражене в іншій валюті, то може виникнути трансляційний ризик. Цей ризик також називають бухгалтерським. Розбіжності в балансі, викликані коливаннями курсів валют, носять чисто розрахунковий характер. Але це не означає, що даним видом валютного ризику можна знехтувати, оскільки податкові платежі виплачуються з суми доходу, яка враховує курсові різниці

3. Економічний ризик відноситься до ризику зміни прогнозу ринку компанії та майбутніх грошових потоків внаслідок коливань валютних курсів, що в свою чергу впливає на ринкову вартість фірми. Наприклад, коли обмінний курс падає, імпортований товар стає дешевшим і монопольний продукт компанії може почати стикатися з конкуренцією. Цей тип валютного ризику також відомий як ризик ринкового прогнозу.

Ці типи ризиків можуть відрізнятися за часом, тривалістю, причиною та іншими факторами. Однак, вони всі можуть впливати на фінансові результати підприємства, тому їх важливо враховувати при прийнятті фінансових рішень [1].

У валютному курсі можна виділити два типи чинників: кон'юнктурні та структурні. Кон'юнктурні чинники визначаються тимчасовими коливаннями економічної активності, змінами в політичній та військовій обстановці, а також звітками та прогнозами. Вплив кон'юнктурних чинників на попит та пропозицію валюти складно передбачити та прогнозувати. З іншого боку, структурні чинники є довгостроковими тенденціями та включають такі фактори, як рівень інфляції, рівень процентних ставок, баланс платежів та інші фундаментальні аспекти економіки.

Серед найважливіших чинників, що впливають на валютний курс, можна виділити наступні:

1. Темпи зростання продуктивності праці, темпи зростання ВВП країни та її роль у світовій торгівлі;
2. Співвідношення темпів інфляції в різних країнах. Чим вища інфляція, тим нижчий буде валютний курс країни. Різниця відсоткових ставок у різних країнах також має вплив на міжнародний рух капіталів і може впливати на валютний курс;
3. Роль валюти в зовнішньоекономічних відносинах і міжнародних розрахунках також може впливати на валютний курс;
4. Довіра до валюти на національному та світовому ринках залежить від різних факторів, таких як стан економіки, стабільність політичної обстановки та інші фактори, що вже були розглянуті;
5. Стан платіжного балансу також може впливати на валютний курс, оскільки платіжний баланс відображає співвідношення між платежами країни за кордоном та її надходженнями з-за кордону протягом певного періоду.

Ці фактори можуть взаємодіяти один з одним, що робить передбачення рухів валютних курсів складним завданням. Наприклад, зміна відсоткової ставки може призвести до збільшення кількості іноземних інвестицій в країну, що в свою чергу може підвищити попит на валюту цієї країни та змінити її валютний курс [2].

Також важливо відзначити, що на валютні курси можуть вплинути не тільки фундаментальні фактори, але і геополітичні ризики, новини, емоції і ряд інших факторів, що можуть змінити ставлення інвесторів до ризику та призвести до зміни валютного курсу.

Загалом, прогнозування зміни валютного курсу є складним процесом, оскільки на нього впливає багато факторів, які можуть змінюватися дуже швидко і непередбачувано. Для того, щоб захистити себе від валютного ризику, інвестори можуть використовувати різноманітні стратегії, такі як хеджування, диверсифікація портфеля та інші.

Зміни валютних курсів можуть мати значний вплив на економіку та політику країн, особливо на експортно-імпортні відносини, інвестиції та боротьбу з інфляцією.

Плаваючий валютний курс при підвищенні попиту на іноземну валюту призводить до знецінення національної валюти, що в свою чергу стимулює експорт та надходження іноземної валюти на ринок. Завдяки девальвації національної валюти валютний ринок та платіжний баланс країни урівноважуються самостійно, без втручання спеціальних регулятивних органів. Для підтримання плаваючого режиму валютного курсу не потрібно накопичувати значні золотовалютні резерви, як наслідок – зникає потреба центральним банкам фокусуватися на підтримці стабільного курсу, тому вони можуть сконцентрувати свої зусилля на стабілізації національних грошей та стимулювати економічне зростання. Проте останні дослідження показують, що країни, які використовують механізм плаваючого валютного курсу, не можуть бути повністю впевнені в захисті національної економіки від зовнішніх фінансових шоків. Особливо це стосується країн, що розвиваються, де ще слабо розвинені та мають багато недоліків фінансові ринки, тому зміни валютних курсів можуть серйозно відбитися на торгових балансах, інфляції і темпах економічного зростання країн. Також із посиленням коливання валютних курсів розгортаються спекулятивні операції з валютою, що негативно впливає на ринковий механізм. Це, в свою чергу, послаблює дисципліну цін та обмежує державу в можливості впливати на економічні процеси через курс валюти.

В цілому, зміни валютних курсів можуть мати великий вплив на економіку та політику країн, і важливо розуміти, як вони впливають на різні аспекти життя та діяльності. Тому суб'єкти господарювання застосовують різні методи управління валютним ризиком.

Методи управління валютними ризиками включають наступне:

Валютний "метчинг" (currency matching) – це встановлення валютних надходжень у валюті, співпадаючій з валютними витратами, або навпаки. Використання валютних "подушок" – це встановлення ціни на продукцію з урахуванням можливих втрат в разі зміни курсу іноземної валюти. Наприклад, експортер може підвищити ціну своєї продукції, очікуючи зниження курсу іноземної валюти. Синхронізація потоків коштів ("лідс та легс" - Leads and Lags) – це контроль над строками платежів та надходжень в іноземній валюті. Наприклад, експортер може прискорити надходження коштів (leads) за допомогою передплати, або уповільнити відтік коштів (lags), відстрочивши платіж. Захисні валютні застереження - це умова в міжнародному контракті, згідно з якою сума платежу переглядається пропорційно зміні курсу валюти, що застосовується для страхування валютного або кредитного ризику експортера або кредитора. Популярною формою захисного валютного застереження є незбігання валюти ціни і валюти платежу. При цьому експортер або кредитор зацікавлений у тому, щоб валютою ціни обиралася найбільш стійка валюта або валюта, підвищення курсу якої прогнозується.

Валютні опціони – це фінансові договори, що надають право, але не зобов'язують сторону (ту, що придбала опціон) купувати або продавати валюту за певною ціною та в певний час.

Валютні форварди – це обов'язкові для виконання договори на купівлю або продаж валюти за фіксованою ціною в певний майбутній час, при цьому, курс придбання (продажу) валюти оговорується на момент укладання угоди. Цей курс називається форвардним і базується на спот-курсі валюти (поточному курсі) плюс (мінус) премія (знижка), одержувана на різниці в процентній ставці між валютами. Валютні свопи - це договори між двома сторонами на обмін валютними потоками протягом певного періоду часу, тобто це) купівля й одночасний форвардний продаж валюти (валютна своп-операція) [3, с. 125-128].

Сучасна економічна система стала настільки складною і комплексною, що навіть економічний суб'єкт, який не займається зовнішньоекономічною діяльністю, може відчувати вплив змін валютних курсів. Наприклад, ПрАТ "Чумак" є провідним виробником харчових продуктів в Україні, який повністю спрямований на внутрішній ринок та використовує місцеву робочу силу та сировину, вітчизняне обладнання та самостійно його обслуговує. У зв'язку із девальвацією гривні ціни на імпортовані товари зростають, в тому числі на імпортовані макаронні вироби, підвищення цін яких призводить до опосередкованого подорожчання всього асортименту внаслідок інфляційної девальвації. В результаті, ПрАТ «Чумак» зазнає впливу валютного ризику не долучившись до зовнішньоекономічної діяльності безпосередньо та не здійснюючи конвертацію валюти [4].

Таким чином, зміну валютного курсу важко передбачити і це призводить до ризику. Під впливом валютних ризиків знаходяться підприємці, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю, але навіть внутрішньо орієнтовані підприємці можуть зазнати його опосередкованого впливу. До основних методів управління валютними ризиками можна віднести: валютний "метчинг", використання валютних "подушок", синхронізацію потоків коштів, лімітування, захисні валютні застереження, валютні опціони, валютні форварди та валютні свопи. Кожен з цих методів має свої переваги та недоліки, тому компанії повинні вибирати той, який найкраще відповідає їхнім потребам та можливостям.

Література: 1. Валютні ризики (визначення, приклади) / 3 найкращих типи валютного ризику. *Mcfairbanks.com*: веб-сайт. URL: <https://uk.mcfairbanks.com/1028-foreign-exchange-risks> 2. Крушк П.В., Клименко О.В. Гроші та кредит. URL: https://pidru4niki.com/14940511/finans/faktori_vplivayut_valyutniy_kurs 3. Лактіонова О.А. Управління фінансовими ризиками: навчальний посібник. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. 256 с. 4. Яценко В., Шевченко В. Експозиції як характеристики валютних ризиків експорту національних виробників. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 31 березня-01 квітня 2021 року. Т. : ФОП Паляниця В.А., 2021. С. 42–44. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/34898?locale=it>

Подольнянець Є. Є.¹, Шедякова Т. Є.², Чистякова І. А.³

Podolianets Y., Shediakova T., Chystiakova I.

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВИХ ФОНДОВИХ РИНКІВ В
УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
DEVELOPMENT TRENDS OF GLOBAL STOCK MARKETS UNDER
GLOBALIZATION**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

¹студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²доцент закладу вищої освіти

кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

м. Харків, Україна

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

³канд. пед. наук, доц., доцент закладу вищої освіти кафедри педагогіки

м. Суми, Україна

Глобалізація фінансових ринків є об'єктивним та природним процесом розвитку міжнародного бізнесу. Ця глобалізація проявляється у тому, що міжнародні фінансові ринки суттєво розширилися, а обсяги угод на валютному ринку і ринках капіталу помітно зросли. Прогрес у розвитку інформаційних та телекомунікаційних технологій, лібералізація ринків капіталу, а також розробка нових фінансових інструментів стимулюють зростання міжнародних потоків капіталу, що веде до розширення та підвищення ефективності міжнародних фінансових ринків.

В якості значної та надзвичайно важливої складової світової фінансової системи виступають фондові ринки, які також змінюються під впливом глобалізації.

Фондовий ринок – це ринок, де купують та продають цінні папери: акції, облігації, паї біржових фондів тощо. Фондовий ринок працює як платформа, через яку здійснюється торгівля цінними паперами та взаємодіють всі учасники міжнародних фінансових ринків в цілому.

Основні тенденції, на які головним чином чекають фондові ринки у найближчий час – це, насамперед, стрімкий розвиток технологій, комунікацій, великий обсяг переміщення капіталу, а також, на жаль, загострення відкритої міжполітичної боротьби між країнами.

В доповіді ООН про економічну ситуацію у світі та перспективи на 2023 р. йдеться про уповільнення світового зростання виробництва з приблизно 3 % у 2022 р. до 1,9 % цього року. Через високу інфляцію, посилення грошово-кредитної політики та зростаючу фінансово-економічну невизначеність як розвиненим, так і країнам, що розвиваються, загрожує рецесія, зазначається в доповіді. Основною причиною вказано «млявий зовнішній попит» та

міжнародну напругу через війну в Україні [9]. Фахівці Світового банку оцінюють ймовірність рецесії на рівні 73 %, але це менше ніж 98 % минулого року [5].

Якщо розглядати тенденції розвитку світових фондових ринків в контексті стану провідних економік світу, то можна сказати, що японська економіка, як очікується, буде серед найуспішніших у 2023 р. (+ 1,5 %); темпи зростання валового внутрішнього продукту Сполучених Штатів сповільняться до 0,4 % (у 2022 р. – 1,8 %), а глобальна інфляція знизиться до 6,5 % (9 % – у 2022 р.). Приплив коштів до фондових ринків США знаходиться на рекордному рівні 5,18 трлн дол., який востаннє спостерігався у травні 2020 р., пише видання The Wall Street Journal із посиланням на компанію EPFR [6].

Протягом багатьох років інвестори уникали готівки. За розрахунками Statistical Data Warehouse, підрозділу European Central Bank, зберігання 100 доларів готівкою з 1999 р. по 2021 р. означало втрату 394 % прибутку, якби ці гроші були вкладені в акції [2]. Однак після того, як у 2022 р. індекс Form 10-K впав на 19 %, зберігання готівки знову стало привабливим. За даними банківського холдингу JPMorgan Chase & Co., середня дохідність фондів грошового ринку США у грудні 2022 р. становила 4,12 %, що є найвищим показником після фінансової кризи 2008 р. JPMorgan, спираючись на власну модель, прогнозує, що ймовірність економічного спаду, яка закладена в ціни на фінансових ринках, насправді різко знизилася порівняно з максимумами 2022 р. Також JPMorgan прогнозує падіння фондового ринку США ще мінімум на 10 % [3].

Індекси фондового ринку США минулого року значно відставали від аналогічних значень у світі, що є рідкістю. Аналітики британського банку Barclays очікують, що ця розбіжність тільки збільшуватиметься протягом 2023 р. Такі дані зміцнили думку експертів, що економіка США сповільнюється, тоді як ситуація в Європі, Азії та на ринках, що розвиваються, помітно покращилася. Аналітики Barclays у дослідницькій замітці наголосили, що ситуація на фондових ринках США та Європи значно відрізняється. Вони також відзначили погравлення індексу S&P 500. Аналітики впевнені, що надзвичайно тепла зима в північній Європі та відкриття Китаю після пандемії внесли позитив у європейські прогнози, навіть незважаючи на те, що багато економістів все ще чекають помірної рецесії [8].

Тим часом у США спостерігається протилежна картина: економіка сповільнюється різкіше, проте інфляція демонструє стійку тенденцію до зниження. Це змушує ринки сподіватися на припинення циклу підвищення відсоткові ставки Федеральної резервної системи країни.

У британському банку впевнені, що Європа, навпаки, перебуває у «зоні комфорту», оскільки надії на дефляцію підштовхують до зниження

прибутковості, а економічні настрої покращуються від падіння цін на енергоносії та з поновленням роботи Китаю, що призводить до зростання цін на акції.

Розрив у показниках між Європою та США за останні роки значно збільшився, спостерігається орієнтація фондового ринку США на акції великих техногігантів з великою капіталізацією порівняно з європейським ринком, де інвестори зосереджені на основних споживчих товарах, фінансах та інших категоріях. У той час як учасники ринку в США прогнозують, що Федеральна резервна система скоро припинить цикл зростання відсоткових ставок і навіть почне знижувати їх до кінця року, очікується, що Європейський центральний банк, навпаки, посилюватиме політику в цьому напрямку. Фінрегулятор орієнтується значення у 3,5–4 %. Після обвалу більш ніж на 20 % у 2022 р. глобальний індекс MSCI ACWI перебуває на шляху до найгірших показників з часів кризи 2008 р., оскільки різке підвищення процентних ставок Федеральною резервною системою США збільшило прибутковість казначейських облігацій – показник, що визначає глобальні капітальні витрати – більш ніж удвічі [4].

В очікуванні покращень можна втішатися тим, що на великих фондових ринках рідко бувають тривалі спади: індекс S&P 500 падав два роки поспіль всього чотири рази з 1928 р. Тим не менш, фактом є те, що, коли вони все ж відбуваються, обвали в другий рік, зазвичай, сильніші, ніж у перший.

Не дуже оптимістичними виглядають прогнози щодо технологічних компаній з їхньою мегакапіталізацією після падіння Nasdaq 100 на 35 % у 2022 р. Такі компанії, як Meta і Tesla втратили приблизно 2/3 вартості, тоді як збитки Amazon і Netflix наблизилася до 50 % або навіть перевищили цей показник.

Дорогі акції технологічних компаній зазнають великих втрат при підвищенні процентних ставок. Тенденції, які підтримували розвиток технологій в останні роки, також можуть проявити свій інший бік: рецесія в економіці ризикує підірвати попит на продукцію Apple, а спад у галузі інтернет-реклами може чинити тиск на Meta та Alphabet [1].

Сучасний процес фінансової глобалізації ґрунтується на прагненні національної влади до розширення її масштабів. Цей процес відбувається за рахунок стимулювання ринку шляхом зниження обмежень іноземних інвестицій. Глобалізація фінансових ринків, зокрема фондового ринку, відбувається на підставі транснаціоналізації комерційних зв'язків на товарних ринках і, як наслідок, на фінансових ринках. Це призводить до залучення держав до світових інтеграційних процесів. Також глобалізація фінансових ринків дає можливість потенційним інвесторам використовувати ресурси поза межами економічної території держави. Ця можливість проявляється при лібералізації фінансових ринків з одночасним посиленням активності

учасників цих ринків у великих світових фінансових центрах на основі технології формування та розповсюдження фінансової інформації. Підвищення ефективності роботи міжнародних комп'ютерних мереж дає можливість інвесторам відслідковувати вплив останніх тенденцій на характеристики ризику та прибутковості власних портфелів, що дозволяє знаходити оптимальні для них рішення.

Глобалізація фондових ринків дозволила виявити тенденцію у поведінці інвесторів – найбільшу питому вагу на сьогоднішній день на фондовому ринку займають інституційні інвестори, які поступово витісняють індивідуальних інвесторів. Простежується існуючий взаємозв'язок між фінансовими ринками та внутрішніми економічними показниками країн. В останні роки спостерігається позитивна динаміка збільшення обсягів прямого інвестування в країни, що розвиваються, зі зменшенням обсягів в економічно розвинені країни, що пов'язано із можливістю отримання високих доходів.

Процес глобалізації світової економіки призводить до підвищення ступеню глобалізації фінансових ринків, що створює умови для розвитку сучасної інфраструктури та законодавчого забезпечення інвестиційних механізмів, адже зростання іноземних інвестицій у національну економіку підвищує її конкурентоспроможність на міжнародних ринках і є основним джерелом економічного зростання.

Література: 1. Bary, A. Big 5 Tech Stocks Now Account for 23 % of the S&P 500. URL: <https://www.barrons.com/articles/big-tech-stocks-sp-500-51627312933> (Last accessed 27.03.2023). 2. European Central Bank Statistical Data Warehouse – Quick View. URL: https://sdw.ecb.europa.eu/quickview.do?SERIES_KEY=143.FM.M.U2.EUR.DS.EI.DJES50I.HS.TA (Last accessed 27.03.2023). 3. Form 10-K Index. URL: <https://www.jpmorganchase.com/content/dam/jpmc/jpmorgan-chase-and-co/investor-relations/documents/quarterly-earnings/2022/4th-quarter/corp-10k-2022.pdf> (Last accessed 27.03.2023). 4. MSCI ACWI Index (USD). URL: <https://www.msci.com/documents/10199/a71b65b5-d0ea-4b5c-a709-24b1213bc3c5> (Last accessed 27.03.2023). 5. Sharp, Long-lasting Slowdown to Hit Developing Countries Hard. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2023/01/10/global-economic-prospects> (Last accessed 27.03.2023). 6. Singh, H. Money-Market Funds are One of the Big Winners of the Banking Crisis. URL: <https://www.wsj.com/livecoverage/stock-market-news-today-03-24-2023/card/money-market-funds-are-one-of-the-big-winners-of-the-banking-crisis-DcDStKsmTauAZqit6s4j> (Last accessed 27.03.2023). 7. Smith, E. The U.S. is Massively Underperforming Global Stock Markets, and Analysts See More of the Same. URL: <https://www.cnbc.com/2023/01/24/the-us-is-massively-underperforming-global-markets.html> (Last accessed 27.03.2023). 8. What are Exchange Traded Funds? URL: <https://www.barclays.co.uk/smart-investor/investments/funds-etfs-and-investment-trusts/exchange-traded-funds-etfs/> (Last accessed 27.03.2023). 9. World Economic Situation and Prospects. Executive Summary 2023. URL: https://desapublications.un.org/sites/default/files/publications/2023-01/WESP2023ExecutiveSummaryE.pdf?_ga=2.29410873.728005294.1679836929-1896418733.1679836929 (Last accessed 27.03.2023)

Shovchko A.¹, Shilovtseva N.²

**GLOBALIZATION AS A FACTOR OF TRANSFORMATION OF THE
RESOURCE POTENTIAL OF THE WORLD ECONOMY**

Kharkiv National University named after V.N. Karazin

¹student of the Department of International Business and Economic Theory

²candidate of economic sciences, associate professor N.V. Shilovtseva.

Kharkiv, Ukraine

The relevance of the identified problem is related to the fact that the world economy is conditioned by the transformation of all spheres of human activity. Globalization is the main vector of socio-economic development, characterized by its own shortcomings and contradictions.

The peculiarities of the regulation of ecological and economic relations from the point of view of their global manifestation are reflected in the works of both foreign and domestic scientists J. Stiglitz, J. Sachs, D. Goldblatt, D. Perraton, I. Havuk, V. Heits, N. Zelisko, N. Grazhevskaya, M. Korzh, Y. Pakhomov, R. Perelet, A. Filipenko. In this regard, the mechanism of manifestation of the modern global system of ecological and economic relations requires further research[1,4].

The resource potential of the world economy, its preservation and reproduction is of an objective nature. This is due to the fact that the natural resource potential of individual countries does not always have a specific territorial definition. Moreover, this potential in space and time contributes to the need for the interaction of environmental and economic policies of the countries of the world in order to effectively implement the natural factor. According to many international concepts and agreements, the preservation of natural capital for present and future generations has an international character. The world community should show interest in environmental protection, the impact of human activity on the climate, atmosphere, hydrosphere, soils, vegetation, animal life, work in the fields of biotechnology and the consequences of environmental pollution.

In today's world, globalization forces the use of economic resources to be complex. Economic resources are limited in one country or in the large-scale world economy. This affects the state of individual types of resources in different ways. For example, of the total area of the globe, almost 510 million km² (more than 75%) are seas. Unequal natural management conditions, volumes of natural mines, etc. The limitation of human resources within the planet is connected with the fact that there are approximately 800 million unemployed people in the world. Limited means of production, even in the developed countries of the world, up to 25% of production capacities and other factors of production remain idle[5].

The declaration of the FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) formulates the concept of food security for the inhabitants of the planet. It consists of people's everyday physical and economic access to safe and nutritious food, necessary to satisfy their food preferences and dietary needs, which ensures an

active and healthy lifestyle. Not all countries can guarantee food security for their citizens. Almost 800 million people go hungry every day, another 2 billion suffer from micronutrient deficiencies. Most of them are residents of developing countries[5].

Differentiation of economic resources is associated with different criteria for their qualification. Personal and material factors include those created and restored by nature (water basins, soils, etc.) and society (means of production, science, information). Economic resources, from the point of view of reproduction and non-reproduction, are minerals used as raw materials.

The process of globalization is accompanied by contradictions and negative consequences in the following manifestations:

- multidirectional impact on different groups of countries of modern production, which definitely worsens the state of ecology;
- causes a change in approaches to the implementation of trade, industrial, agrarian, environmental protection policies, as opposed to the national interests of countries;
- the mobility of capital leads to a decrease in labor standards and safe living conditions[4].

The scientific research of specialists is associated with the following positive consequences and process of globalization:

- further improvement of connections and mechanisms of the system of international relations;
- the mechanism of formation of management of social and ecological and economic processes;
- ensuring the interaction of customs, tax and economic policies between countries;
- strengthening the influence of supranational management structures on the ecological state of the state;
- internationalization and commercialization of the field of nature of use[4].

The globalization of world economic relations forms a corresponding system of ecological and economic relations:

- intensifying competition on world markets;
- the need to introduce the latest technological processes in the field of nature management;
- reducing the gap in the rates of socio-economic development between highly developed countries and those that are developing from the point of view of the state of ecology;
- increasing the influence of exporters of energy resources on global economic relations;
- the deepening of global environmental problems of humanity and the depletion of reserves of natural resources;
- increasing the number of the population on the planet and eliminating poverty[4].

The global problems of the modern world include irreversible socio-economic and biological losses on the planet, which pose a threat to the existence of humanity. This requires the coordinated cooperation of all countries. They include: political, ethnic, demographic, economic, social, food, environmental (these are the problems of ethnic wars, the energy problem, the problem of education and health care). All of them require an urgent solution, the goodwill of peoples, heads of state, national and religious leaders, significant material and financial costs.

Since the beginning of the war, Russian troops have been shelling oil depots and large industrial facilities throughout Ukraine. Heavy metals from shells and military equipment enter the soil and groundwater. Fires in forests and steppes destroy the natural environment of rare species. The war mercilessly destroys all nature - air, water, land, plants and animals suffer.

The capture and shelling of nuclear power plants, the placement of equipment there, and the detonation of ammunition threaten a man-made catastrophe that will make the surrounding territories unfit for human life.

Historian Timothy Snyder called Ukraine after the Second World War «bloody lands». After a new war, it may also become a «devastated and mined land»[6].

Today's energy and raw material potential is caused by the insufficient amount of natural resource reserves, on the one hand, and on the other hand, by the rapid growth of their consumption and extraction. In search of new reserves of raw materials, it is necessary to exploit deposits with complex mining and geological conditions for the occurrence of minerals, in remote hard-to-reach areas (the Canadian Arctic, the deserts of Africa and Australia), with a low content of useful components in ores (in the copper deposits of the United States, the copper content has decreased from 30% up to 0.5%). This leads to an increase in the price of raw materials and energy.

The problem of depletion of natural resources is closely intertwined with the problem of environmental degradation: the exploitation of resources is accompanied by the destruction and pollution of the environment. The direction of development of the global raw material and energy potential is:

- continuation of the geological search for mineral raw materials (exploration works are spreading to new places of the land, reaching the continental slope, the World Ocean, the depth of drilled wells reaches 6,000 m and more. The discovery of new deposits, the resource security of mankind from many types of raw materials has increased;

- development of new fuel mining and production technologies. Their result was the extraction of gas and oil from shale («shale revolution» in the USA), oil from oil sands (Canada). There is a possibility of gas extraction from gas hydrates, as announced by Japan and China

- rational use of mineral resources extracted from the depths of the Earth (in non-ferrous metallurgy, valuable components are extracted at the same time as copper and more than 20 types of products are produced on their basis);

- implementing the policy of resource conservation and reducing the material and energy intensity of production;

replacement of many types of natural materials with artificial and synthetic ones;

implementing the policy of resource conservation and reducing the material and energy intensity of production;

replacement of many types of natural materials with artificial and synthetic ones;

the use of secondary materials («small» countries of Western Europe process almost 90% of annual scrap, up to 70% of waste paper and many types of plastics, more than 80% of household waste (Sweden, which burns waste for energy production, imports it from neighboring countries));

use of renewable energy sources - solar, wind, tidal, wave, internal heat of the Earth, biomass energy, which become an alternative to traditional fossil fuels.

At the opposite pole of the food problem is the overproduction of agricultural products, characteristic of developed countries. On a global scale, overproduction of food is about 10%, which would be enough to feed 600 million people[5].

Among the factors that are of particular importance for solving the food problem are land resources. However, not all land areas of the planet are suitable for growing crops or grazing livestock. Degradation of productive lands is a particular problem. This is not only depletion of soils, their erosion, but also contamination with various chemical compounds that enter together with mineral fertilizers and toxic chemicals. According to the UN, the area of arable land decreased only in developing countries by the beginning of the 21st century. by almost 20%, and their potential productivity decreased by a third. The attempt to compensate for the losses by involving in the agricultural cycle the lands cleared of the forest led to serious ecological consequences[3].

On the basis of the above, we can conclude that globalization should become the main factor not only in the growth of the world economy, but also in the balanced and rational use of natural resource potential due to the strengthening of the positive effect (the use by an increasing number of countries of achievements in the field of innovation, advanced technologies, environmental standards, methods of corporate management of the economy and ecology, compliance with fair global competition, ensuring the social return of human capital, rational use of natural resources).

Literature: 1. Gavuka I.S. Identification of the factors of formation and effective use of the resource potential of the enterprise. Effectiveness of the functioning of agricultural enterprises. Issues of 2019: formation and efficiency of use of the resource potential of agricultural enterprises: materials of the VIII International science and practice of the annual Internet conference (May 22-24, 2019). Lviv: Lviv. national Agricultural University, 2019. P. 114-117. 2.Global security, political, economic trends in the world and their impact on Ukraine in 2023. URL: <https://ussd.org.ua/2023/01/23/globalni-bezpekovi-politychni-ekonomichni-tendencziyi-u-sviti-ta-yihnij-vplyv-na-ukrayinu-v-2023-roczyi%EF%BF%BC/>(дата звернення: 30.03.2023). 3.Zelisko N.B. Food security as the main component of national and economic security of the state. Effectiveness of the functioning of agricultural enterprises. Issues of 2019: formation and efficiency of the use of resource potential of agricultural enterprises: materials of the VIII

International Scientific and Practical Internet Conference, May 22-24, 2019. Lviv: LNAU, 2019. P. 46-49. 4. Korzh M.V. The influence of globalization on determining the directions of development of the world economy / M.V. Korzh //K.: Economic Forum. 1/2012. P. 37-45. 5. World Economic Outlook. 2023Sustainingthe Recovery. Washington, DC: International MonetaryFund. 2023.

УДК 339.9-042.3:355. 4.018 (470-651.1:477-651.2)

Бас Д.М.¹, Кондратенко Н.Д.²

Bas D., Kondratenko N.

ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ НА ЗАСАДАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ
PROBLEMS OF INTERNATIONAL BUSINESS ON THE BASIS OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

¹студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

м. Харків, Україна

Проблеми, з якими стикнулася Україна від початку повномасштабної війни, розгорнутої Російською Федерацією, набули значення практично в усіх куточках світу. Не встигши оговтатись після пандемії COVID-19, яка де-факто спричинила кризове становище економіки у більшості найменш розвинених і країнах що розвиваються, а також інфляцію в розвинутих державах, світ насправді не був готовим до наслідків збройної конфронтації двох країн перш за все в досить не стійкому економічному середовищі. Негативні наслідки безумовно є важливими й у країнах ЄС, які до військового конфлікту були залежними від паливного ринку Росії, і яким довелося прийняти й утримувати понад сім мільйонів українських біженців, поставляти зброю для ЗСУ за особливими умовами, і передусім відчутти на собі прояв асиметричного шоку. Але найбільш трагічних реалій відчула на собі система міжнародного бізнесу, котрій довелося обирати між двома сторонами інколи в збиток власній економіці, або порушувати законодавчі норми задля збільшення прибутку [2, 3].

З одного боку, задля самоствердження в очах влади й населення, через проблеми з логістикою, сировиною та впровадженням санкцій, не бажаючи отримувати заробіток «з крові», більшості визначних міжнародних компаній довелося припинити будь-яку співпрацю з країною-агресором у підтримку України й навіть перемістити свої послуги на український ринок. Довіра, яка вибудовувалася десятиліттями була вщент зруйнована після оприлюднення не гуманних звірств, а перешкоджання РФ вести повноцінний міжнародний

фінансовий бізнес стало важливим інструментом як на полі бою, так і на світовому рівні сприяння ізоляційного режиму. Наприклад, Apple Inc. цілком і повністю вийшла з російського ринку та припинила постачання техніки відразу з початком збройного конфлікту [6]. З іншого боку, на противагу таким компаніям є ті, які не розуміють, нащо їм втрачати прибутки й намагаються обходити санкції різними способами. Наприклад, вони вдаються до ухилення від експортного контролю, здійснюють певні фінансові операції через «тіньові» організації, використовують торговельні коридори інших країн, як можливі пункти переадресації для експорту тощо [7].

Також матеріальні втрати одержали світові й українські компанії, які працювали або були розташовані на території України, зокрема на ділянках ведення бойових дій або в зоні окупації. Таким чином, Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча, який був важливим експортером на міжнародних ринках США, Італії, Польщі та Туреччини, й щороку виготовляв 3,7 млн тонн конвертерної сталі, 4,3 млн тонн чавуну, 12 млн тонн агломерату та понад 5 млн тонн готового прокату, опинившись в окупації був зруйнований [1]. При цьому ступінь пошкодження та фінансові збитки оцінити й досі неможливо. Насправді ж, більшість підприємств, які в довоєнному періоді були розміщені або знаходяться дотепер на українській території у зоні ведення бойових дій чи поза нею, є розбитими російськими бомбами вщент чи то поверхнево, тому ведення будь-якого бізнесу на території нашої держави є ризиковою справою, на яку погоджуються далеко не всі.

Незважаючи на вище сказане головною проблемою, яка постала перед міжнародним бізнесом за таких умов є інфляція. На початку війни підприємницька діяльність кожної з країн, яка мала хоча б якусь економічну співпрацю з ворожими країнами стикнулася зі швидким зростанням цін на сировинні ресурси, внаслідок відставання товарної пропозиції від попиту. Ба більше, на кінець 2022 р. світова інфляція досягнула рекордних 9% [4]. Перед усім інфляція відбулася у сферах електроенергетики та палива, оскільки Росія почала обмежувати постачання природного газу та нафти, а Україна не мала можливості експортувати електроенергію повноцінно через російські обстріли українських ТЕС. Наприклад, у сусідній європейській державі Румунії ціни на електроенергію збільшилися на 30%, а на паливні ресурси - на 23% станом на 2022 р. Вартість продовольства теж різко почала зростати через заміновані поля, витрати на добрива й транспортування, перешкоджання експорту тощо. Таким чином, інфляція досягла й усіх інших аспектів життя пересічних громадян, компаній, корпорацій, організацій тощо. Під її тиск потрапили «основні» компоненти індексів цін, і це неабияк породило напруженість серед національних та міжнародних компаній, які задля її угамування почали підвищувати процентні ставки. Але після тривалих спроб хоч якось зарадити

цій ситуації, змушені були відмовитися від такого важеля економічної політики. На кінець 2022 року було зафіксовано, що деякі чинники зростання цін поступово слабшали. Приміром, після відновлення логістичного постачання, вартість споживчих товарів почала знижуватися, а завдяки відновленню видобутку корисних копалин на території України, а також укладанню певних міжнародних економічних угод із державами, які мають потужний осередок видобутку паливних ресурсів, вартість нафти, яка була підвищена в 3 рази, злегка почала знижуватися. Натомість жорстка фінансова політика країн світу все ж має здатність пригнічувати попит [2-5].

Отже, внаслідок повномасштабної збройної агресії Російської Федерації проти України ведення бізнесу на українській території стало достатньо небезпечним через постійні обстріли, перебої зі світлом, інтернетом та неможливістю використання новітніх технологій цілком і повністю, а на російській території набуло певних перешкод з огляду на міжнародне світобачення. Так само, громадяни двох неприязних держав, які прагнуть відкрити власну справу закордоном стикаються з певними фінансовими, політичними та соціальними проблемами на своєму шляху, як і міжнародні компанії, які бажають співпрацювати хоча б з однією зі сторін конфлікту.

Література: 1. Які підприємства найбільше постраждали від російських окупантів. Список активів. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/04/12/685601/> (дата звернення: 12.04.2023 р.) 2. Війна в Україні та її наслідки для ЄС - Блог Високого представника ЄС Жозепа Борреля. URL: <https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/війна-в-україні-та-її-наслідки-для-єс-блог-високого-представника-єс-жозепа-uk?s=232> (дата звернення: 16.03.2023 р.) 3. Вторгнення Росії в Україну ставить під загрозу світову економіку. URL: https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/russia's-invasion-ukraine-puts-global-economy-risk_en?page_lang=uk&s=232 (дата звернення: 18.04.2023 р.) 4. Городинська В. Не тільки в Україні: як інфляція рекордно зростає у всьому світі, – The Economist. URL: https://24tv.ua/economy/inflyatsiya-sviti-2022-shho-stalosya-2022-rotsi-chogo-chehati_n2227529 (дата звернення: 13.04.2023 р.) 5. Тужанський Д. Бензин і дизельне паливо у Румунії з 1 січня будуть коштувати дорожче. URL: <https://infopost.media/benzyn-i-dyzelne-palyvo-u-rumuniyi-z-1-sichnya-budut-koshtuvaty-dorozhche/> (дата звернення: 09.04.2023 р.) 6. Горбик В. Росія «лисіє». Список з 247 компаній, які припинили там роботу. URL: <https://dev.ua/news/100-kompanii-protiv-rossii> (дата звернення: 28.03.2023 р.) 7. Стеблівський Р. Як компанії можуть обходити антиросійські санкції: перелік найпоширеніших лазівок. URL: <https://texty.org.ua/fragments/107851/yak-kompaniyi-mozhut-obhodyty-antyrosijski-sankciyi-perelik-najposhyrenishyh-lazivok/> (дата звернення: 29.03.2023 р.)

Королюк А.О.

Korolyuk A.

**ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ
В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ
INVESTMENT POLICY OF ENTERPRISE INTERNATIONAL BUSINESS IN
THE MIND OF STRENGTHENING GLOBAL NON-DEPUTY**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: д.е.н., професор Шкодін І.В.
м. Харків, Україна*

Новітній рівень розвитку міжнародного бізнесу характеризується глибокими змінами у всій його системі. Його фундаментальною характеристикою є глобалізація, яка в міжнародному діловому житті означає посилення взаємозалежності та взаємовпливу різних сфер діяльності. Розширення ринку призводить до пошуку найбільш ефективних організаційних форм міжнародного бізнесу з урахуванням існуючих факторів. Для адекватної реакції на сучасні виклики світової економіки потрібні концептуальні підходи та стратегічні інструменти.

Міжнародний бізнес потребує вирішення різних проблем, таких як особливості продажу в іншій країні, мовне питання, специфіка культури та законодавства. Метою міжнародного бізнесу є не лише отримання прибутку, а й підтримка дружніх дипломатичних відносин між країнами. Міжнародний бізнес дуже важливий, і сьогодні все більше організацій відкривається в інших країнах. Такі організації, безсумнівно, прибуткові, хоча й пов'язані з багатьма ризиками, відкрити компанію на «чужині» важче, ніж у своїй країні. Такі компанії мають велику конкурентну перевагу як вдома, так і за кордоном.

Зважаючи на зростаючу глобальну невизначеність, інвестиційна політика підприємств міжнародного бізнесу стає особливо важливою та складною задачею. В умовах нестабільного геополітичного та економічного середовища, підприємства повинні визначити стратегію інвестування, яка мінімізує ризики та забезпечить стабільність надходження прибутку. Проте, в умовах посилення глобальної невизначеності, що виникла в результаті зміни геополітичного та економічного середовища, зокрема у зв'язку з пандемією COVID-19 та повномасштабною війною росії проти України, збільшилась неповнота, неточність знань щодо вибору правильної інвестиційної політики. Це призвело до складності в прогнозуванні подій та ризиків, з якими стикаються підприємства, що отримують інвестиції з-за кордону.

Тому актуальним є дослідження інвестиційної політики підприємств міжнародного бізнесу в умовах посилення глобальної невизначеності з формалізацією факторів, що впливають на процес вибору стратегії інвестування [4, с. 160].

В умовах геополітичної ентропії конкуренція підприємств на світовому ринку передбачає активний пошук нових стратегій, методів і технологій моніторингу, оцінки та аналізу процесів і явищ з метою розробки рекомендацій щодо забезпечення сталого розвитку та відповідні умови нового економічного середовища. У нестабільних умовах, до яких також додається цифрова трансформація, визначення чинників підвищення конкурентоспроможності міжнародних підприємств та інструментів для створення стійких конкурентних переваг стає більш цінним.

Науковці характеризують конкурентоспроможність як стійку здатність підприємства завойовувати, утримувати та збільшувати свою частку ринку на основі товару, який шукають споживачі, а також здатність своєчасно та ефективно реагувати на зміни ринкових умов. Підвищення конкурентоспроможності включає активізацію ринкового позиціонування, виявлення внутрішніх резервів, застосування інноваційного підходу до ресурсів, процесів і подій з точки зору динаміки та концентрації позитивних змін [5]. У цифровій економіці конкурентоспроможність постає як динамічна, потужна та прогресивна здатність підприємства вести успішну господарську діяльність на ринку в конкурентному середовищі, яке є інтелектуальним, трудовим та технологічним [1].

Сучасні конкурентні переваги значною мірою визначаються розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Фактори конкурентоспроможності поділяються на внутрішні та зовнішні, де внутрішні повністю визначаються керівництвом підприємства, а зовнішні незначною мірою залежать від підприємства та зовнішнього середовища, ситуації в країні, управлінських і політичних рішень [3].

В намаганні збільшити свій вплив на ринку та нівелювати загрози зі сторони конкурентів компанії, які діють на ринку цифрових технологій, вдаються до наступних методів ведення конкурентних війн:

1. *Умисне зловживання ринковим становищем.* Використання цифровими компаніями інформації, отриманої від користувачів їх платформ, з метою створення конкуренції їм конкуренції у майбутньому. Одним із проявів зловживання компаніями своїм ринковим становищем з метою збереження репутації є приховування інформації про викрадення конфіденційних даних користувачів. В результаті цього, виникає ризик, що такі компанії не зможуть власними силами запобігти кіберзагрозам у майбутньому.

2. *Хижацьке ціноутворення.* Відмова лідера на ринку від отримання прибутку з метою зниження вартості своїх послуг у короткостроковій перспективі з метою створення умов, за яких конкуренти змушені будуть покинути ринок. Після набуття монопольного становища компанія підвищує вартість своїх послуг для компенсації збитків. Хижацькою ціною вважається ціна, яка є нижчою за рівень змінних витрат, необхідних для надання цифрової послуги. Для підтримки рівня цін на хижацькому рівні протягом тривалого періоду часу компанії урізають свої витрати, зокрема витрати на кібербезпеку, в результаті чого стають більш вразливими до хакерських атак.

3. *Злиття і поглинання.* Основною метою даного процесу є об'єднання баз даних, а також підвищення рівня бар'єрів входу на ринок для потенційних конкурентів. На ринку цифрових технологій регуляторні органи повинні звертати увагу не на капіталізацію компаній, між якими укладаються угоди щодо злиття та поглинання, а на обсяг інформації про користувачів, якою вони володіють.

4. *Вихід на суміжні ринки.* Надання наявним та потенційним користувачам суміжних послуг. Компанія Alipay розпочинала свою діяльність із надання послуг онлайн оплати, однак згодом почала пропонувати користувачам послуги з управління капіталом, страхування, кредитування та перегляду кредитних рейтингів. Компанії-гіганти, як правило, виходять на суміжні ринки шляхом поглинання існуючих граців, прикладом чого слугує купівля компанією Facebook компанії Instagram у 2012 р. В результаті даного злиття база користувачів Instagram зросла з 30 млн у 2012 р. до понад 1 млрд у 2021 р. Для отримання інформації, необхідної для виходу на суміжні ринки, компанії можуть вдаватись до викрадення баз даних потенційних конкурентів.

5. *Недопущення конкурентів до інфраструктури ринку.* Попередня інсталяція або інтеграція сервісів слугують інструментом недопуску конкурентів до інфраструктури ринку. Наприклад, компанія Google зобов'язувала виробників мобільних телефонів, яким вона надавала операційну систему Android, встановлювати сервіси Google, зокрема Google Chrome. Комісія з питань конкуренції Індії встановила, що таким чином Google унеможлилював вихід на ринок компаній-конкурентів, оскільки, зважаючи на інертність, користувачі мобільних пристроїв не встановлювали інших браузерів.

6. *Картельні змови.* Використання цифровими компаніями своїх технологій з метою скоординованого спотворення конкуренції. Литовська компанія-виробник програмного забезпечення (система бронювань) для онлайн туристичних агентств Eturas відправляла електронні повідомлення через систему іншим онлайн туристичним агентствам, пропонуючи надавати користувачам знижки виключно в межах 3%, а після отримання їх згоди, система автоматично зменшувала до заданої величини усі знижки, які становили понад 3%.

7. *Заманювання безкоштовними послугами.* Для виходу на ринок компанії часто використовують онлайн платформи. Останні, у свою чергу, можуть надавати свої послуги таким компаніям безкоштовно, натомість отримуючи доступ до інформації про самі компанії та їх продукцію, а також даних їх покупців. В результаті, компанія-власник платформи у майбутньому може розробляти власні продукти на базі отриманої інформації і виходити з ними на новий ринок.

8. *Кібершпигунство.* Отримання доступу до файлів конкурентів, які є об'єктами їх інтелектуальної власності, з метою заволодіння комерційною таємницею. Може здійснюватись шляхом хакерських атак на веб-сайти компаній, використовуючи їх системні вразливості, або за допомогою атаки із

застосуванням технології “активного посередника” з метою перехоплення комунікації конкурентів. Для протидії кіберзагроз компанії звертаються до послуг компаній-експертів у сфері кібербезпеки, однією із яких є компанія Nasken, з метою усунення вразливостей їх систем.

В результаті застосування компаніями неетичних методів ведення конкурентних війн основні збитки несуть не лише компанії-жертви неетичної поведінки конкурентів, але й їх клієнти. Саме тому одним із ключових напрямів інвестування коштів компаніями, які функціонують у цифровому сегменті, повинна стати кібербезпека.

Відсіч збройної агресії рф проти України, епідемія COVID–19 вплинули на інвестиції в цифрову економіку, проте в довгостроковій перспективі інвестиції продовжать зростати. З початком війни інвестиційні можливості, як уже зазначалося, були значно обмежені. Однак, під час пандемії COVID–19 українці зняли з рахунків більше грошей, ніж під час війни. Після відкриття фондової біржі в серпні для інвесторів стали доступні корпоративні облигації та іноземні цінні папери, виведені в торгівлю в Україні, які можна придбати за кордоном, не знімаючи грошей. Однак варто пам’ятати, що під час війни всі активи є високими ризиками. Як показала війна, їх необхідно диверсифікувати.

Аналіз показав, попри війну, що триває, за 2022 рік українські стартапи отримали понад \$6 млрд доларів доходу – на \$542 млн більше, ніж у 2021 році, зазначили в компанії Google у рамках програми «Фонд підтримки Google для стартапів в Україні». До того ж з 2020 року їх вартість зросла втричі. Ці технологічні компанії є ключовими для закладення основи післявоєнного економічного відновлення України. З березня 2022 року Google for Startups профінансував та надав підтримку трьом когортам в рамках Фонду підтримки Google для стартапів в Україні у розмірі 5 мільйонів доларів США – програми, яка виділяє фінансову допомогу та надає підтримку з боку Google українським стартапам, щоб допомогти підтримувати та розвивати компанії, зміцнювати спільноту та створити економічну можливість.

Таким чином, мінімізація негативного впливу нових ризиків, що виникають внаслідок пандемії та спричинених нею змін на фінансових ринках, війни між рф та Україною, потребує певного коригування регуляторної політики, особливо щодо встановлення рівних та прозорих правил гри між традиційними та новими фінансовими послугами провайдерів. Для сприяння конкуренції, стимулювання інновацій та забезпечення фінансової стабільності надзвичайно важливо, щоб політика регуляторів була своєчасно адаптована до поточних ринкових умов.

Література: 1. Залучення іноземних інвестицій в економіку України. Студ. Wiki. URL: <https://stud.wiki/economy> (дата звернення: 01.04.2023). 2. Королюк А.О. Особливості прогнозування напрямів розвитку процесу функціонування складної системи в умовах невизначеності. *Theory, science and practice Abstracts of III International Scientific and Practical Conference, Japan*. 2020. С. 412. 3. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. Крамаренко К. М. *Чорноморські економічні дослідження*. 2016. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/bSES/20161022> (дата звернення:

08.04.2023). 4. Корольок А.О. Оцінка ризику банків при наданні кредиту та відповідь світового банківського сектору на зміни спричинені COVID-19. *Сучасні перетворення міжнародного бізнесу : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. / Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, Ф-т міжнар. екон. відносин та турист. бізнесу, Каф. міжнар. бізнесу та екон. теорії. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2021. С. 12.* 5. Литвиненко А. А., Литвиненко А. Д. Трансформація світового ринку в умовах глобалізації. Міжнародні економічні та соціальні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку: монографія / за ред. Савчук Л. М., Корнеєва М.В. *Дніпро: Порогові значення, 2021. С. 69–110.*

УДК 339.9:338.4

Соколова З.С.

Sokolova Z.

ЕКСПАНСІЯ МЕДІА КОМПАНІЇ NETFLIX В АФРИЦІ THE EXPANSION OF THE MEDIA COMPANY NETFLIX IN AFRICA

*Факультет міжнародних відносин
Національний авіаційний університет
Київ, Україна*

Сучасна медійна парадигма виникла внаслідок взаємодії конвергенції методологічного апарату глобальних парадигм “Homo oeconomicus”, “Homo sociologicus” та “Homo informaticus”. При тому, відбувається зближення урядової, парламентської, корпоративної та професійної моделі господарювання в контексті структури медіа індустрії та її вільного руху в глобальному конкурентному середовищі. На практиці це передбачає низку послідовних дій — створення, рекламування, поширення, комерціалізація і продаж телепродукту [1, с. 25]

Із поширенням глобалізації Інтернет та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) призвели до створення та стрімкого поширення діяльності компаній нового типу в медіа індустрії. На основі цифрових технологій вони пропонують нові медіа продукти, наприклад, потокове мовлення та багато іншого. Серед таких компаній виділяється американський Netflix, який вважається провідною світовою платформою потокового передавання медіа (або стрімінгового сервісу), і працює майже в кожній країні світу. Netflix — це провайдер медійних послуг та продюсерська компанія, яка розповсюджує оригінальні телевізійні шоу – серіали, програми, мінісеріали, документальні та художні фільми. Окрім стрімінгу ліцензованого контенту, Netflix також знімає і продюсує власні телешоу та повнометражні фільми. Назва компанії походить від поєднання слів Net (аббревіатура “Internet”) та Flix (варіація “flick” – загальна аббревіатура для фільму).

Медіа компанія Netflix була заснована у 1997 р. в Каліфорнії. Її первісною бізнес-моделлю було орендування та продаж дисків DVD з фільмами. Через 10 років після створення Netflix починає активне розширення бізнесу та масштабів діяльності. А саме, у 2007 р. він додав трансляцію медіа; у 2010 р. – вийшов на міжнародний рівень із трансляціями в Канаді, Латинській Америці та в країнах Карибського басейну; з 2012 р. – починає працювати як

продюсер і дистриб'ютор фільмів та телесеріалів, пропонуючи різноманітний оригінальний контент у своїй мережевій бібліотеці; у 2013 р. — почав виробництво власних серіалів (перший з них “Картковий будинок”). В результаті, ще через 10 років успіх компанії вимірювався вже у глобальних масштабах. У 2016 р. Netflix працював у понад 190 країнах, тобто майже скрізь в світі. В тому ж році компанія випустила близько 126 оригінальних серіалів та фільмів — більше за будь-яку іншу компанію [2]. У 2020 р. Netflix став найбільшою розважальною медіа компанією; у 2023 р. — це один з найбільших у світі стрімінгових відео сервісів, кількість його підписників складає понад 222 млн чол. [3].

З 2016 р. Netflix почав розширювати свою діяльність на країни Африки. На перший погляд, через низький рівень розвитку вони мають бути не привабливими для глобальної медіа компанії. Однак, практика показала, що розширення діяльності медіа гіганта на африканський континент є корисним, при тому для обох сторін. В Африці на південь від Сахари Netflix зосередив свою діяльність на трьох країнах: Кенія, Нігерія та ПАР. Остання вважається найбільшим постачальником контенту для Netflix, додаючи до потокового сервісу понад 170 художніх та документальних фільмів і серіалів. Одним з найуспішніших серіалів компанії є південноафриканська драма “Кров і вода” (англ. “Blood and Water”), яка у 2020 р. стала першим південноафриканським серіалом, що зайняв лідируючі позиції в США, а у 2021 р. отримав найвищу винагороду Південно-Африканської премії кіно і телебачення [4]. У 2021 р. кількість користувачів відео на вимогу (англ. Video on Demand – VOD) за підпискою Netflix в Африці склала 2,6 млн чол., переважаючи інші компанії з подібними послугами в Африці більше, ніж в 3 рази, загальна кількість підписників на такі послуги складає приблизно 4,1 млн чол. [5].

З моменту виходу на ринки Африки у 2016 р., Netflix витратив сукупно 175 млн дол. США на виробництво фільмів в Африці і створив щонайменше 12 тис. робочих місць [3]. Для подолання існуючих обмежень щодо рівня підготовки кіномитців компанія підтримує місцеві кіноіндустрії, просуваючи “нові таланти” та готуючи “висококваліфікованих” професіоналів. У 2021 р. компанія у партнерстві з ЮНЕСКО профінансувала шість короткометражних фільмів молодих африканських режисерів [4].

Інвестиції Netflix в Африці у художні та документальні фільми і реаліті-шоу створюють тисячі робочих місць щороку для акторів та знімальних груп, і для працівників важливих суміжних галузей: транспорт, костюмування, дизайн, громадське харчування тощо. У своєму звіті за період з 2016 по 2022 р. керівництво Netflix повідомило, що за ці 7 років діяльність компанії у трьох країнах — Кенія, Нігерія, ПАР — додала 218 млн дол. США до їхнього ВВП, 44 млн дол. США податкових надходжень та зростання доходів домогосподарств на 200 млн дол. США [3].

Співробітництво Кенії, Нігерії та ПАР з Netflix розвивається на основі укладення угод. Меморандум про взаєморозуміння між урядом Кенії та медіа гігантом передбачає спонсорство, сприяння підвищенню кваліфікації

робітників та підтримку місцевої кіноіндустрії. У травні 2022 р. американський потоковий сервіс випустив 33 млн “кошенят” (англ. Kitty, певний тип віртуальних грошей на базі розважальних послуг компаній) для підтримки виробництва трьох кенійських фільмів із залученням і навчанням місцевих акторів [3]. Отже, очевидним є те, що діяльність Netflix в Африці має соціально-економічну корисність для країн континенту.

Варто звернути увагу на той факт, що поряд з успішними результатами в Африці, Netflix також прийшлося пережити важкі випробування конкурентної боротьби. Зокрема, в Кенії за перші три місяці 2022 р. компанія втратила 200 тис. підписників через конкуренцію з боку суперників по стрімінгових сервісах — Disney, Apple TV та HBO Max, а також через заборону обміну паролями. Через швидко зростаючу конкуренцію, для просування своїх послуг в тому ж 2022 р. Netflix був змушений знизити ціни на передплату для своїх клієнтів в Кенії в середньому на 37% [3].

Спираючись на успіх своїх хітових серіалів та шоу в Африці, Netflix планує розширювати свою діяльність на континенті. Зокрема, лише тільки на ПАР на 2022-2023 рр. Netflix виділив 63 млн дол. США. Окрім Кенії, Нігерії та ПАР, компанією заплановано розширення діяльності на інші африканські країни [4].

Важливим сприятливим чинником розширення діяльності Netflix в Африці є зростання кількості людей, які мають інтернет-зв'язок: у 2014 р. їх було близько 120 млн, а у 2020 р. — вже близько 500 млн чол. (40% населення Африки) [6].

У висновку можна зазначити, що завдяки молодому населенню та зростанню підключень до Інтернету, розважальний простір Африки, включаючи стрімінгові відео сервіси, буде збільшувати аудиторію та отримувати рекордні обсяги фінансування. Згідно з прогнозом лондонської компанії бізнес-аналітики Digital TV Research кількість користувачів відео на вимогу (VOD) за підпискою в Африці до 2026 року може досягти 15 млн чол. [7]. З тенденцією збільшення інтернет користувачів, а також зростання кількості підписників стрімінгових потоків в Африці більше, ніж в 3 рази (у порівнянні з 4,1 млн чол. 2021 р., як наведено вище) логічним буде припущення, що кількість підписників Netflix до 2026 р. також може зрости приблизно в 3 рази. Однак, тут необхідно враховувати вихід і укріплення на ринку Африки інших компаній потокового відео, таких як Disney +, Showmax (з ПАР), Amazon, MyCanal, AppleTV+ [8]. Ймовірно, це буде залежати від вподобань африканського населення, особливо молоді, на яку саме і розрахований такий сервіс.

Література: 1. Чужиков А. Поліструктурна динаміка глобалізованого медіаринку ЄС : монографія. К. : КНЕУ, 2016. 143 с. 2. Netflix: історія та комунікації. URL: <https://bazilik.media/netflix-istoriia-ta-komunikatsii/> (дата звернення 19.04.23). 3. Kabui Mwangi. Netflix injects Sh 23.5 billion into African film production. Business Daily Africa. April 14, 2023 URL: <https://www.businessdailyafrica.com/bd/corporate/companies/netflix-injects-sh23-5-billion-into-african-film-production-4198252> (дата звернення 19.04.23). 4. Netflix plans Africa expansion after hit series. France 24. 12.04.2023. URL: <https://www.france24.com/en/live-news/20230412-netflix-plans-africa-expansion-after-hit-series> (дата звернення 19.04.23). 5.

Estimated number of subscriptions to leading SVoD services in Africa as of 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1263540/number-of-subscriptions-to-streaming-on-demand-services-in-africa/> (дата звернення 19.04.23). 6. African e-Connectivity Index 2021: The final frontier and a huge opportunity. URL: <https://www.investmentmonitor.ai/tech/africa-connectivity-index-2021/>. (дата звернення 19.04.23). 7. Netflix to rapidly increase African content. Africanews. 08.10.2021. URL: <https://www.africanews.com/2021/10/08/netflix-to-rapidly-increase-african-content/> (дата звернення 19.04.23). 8. Carlos Murethi. Netflix and Disney have a major disadvantage in Africa's streaming wars. Quartz. August 27, 2021. URL: <https://qz.com/africa/2052540/african-streaming-platforms-have-an-edge-over-netflix-and-disney#:~:text=The%20number%20of%20subscription%20video-on-demand%20users%20in%20Africa,Digital%20TV%20Research%2C%20a%20London-based%20business%20intelligence%20company.> (дата звернення 19.04.23).

УДК 339.9-042.3:341.655

Телиженко А.В.

Telyzhenko A.

**САНКЦІЇ ЯК ВИД РИЗИКУ КРАЇНИ ТА ЇХ ВПЛИВ
НА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС**

**SANCTIONS AS A TYPE OF COUNTRY RISK AND THEIR IMPACT
ON INTERNATIONAL BUSINESS**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
магістрантка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: к.е.н., доцент Дерід І.О.
м. Харків, Україна*

Питання санкцій та їхнього впливу на бізнес зараз безперечно стоїть дуже гостро. Санкції є потужним економічним інструментом примусу в арсеналі міжнародного співтовариства, який можна використовувати для боротьби з різними загрозами регіональній і міжнародній стабільності [1, р.1]. На даному етапі санкції є одним з інструментів боротьби із країною агресором – Росією. Тема дослідження є актуальною, адже ми в реальному часі є свідками того, який вплив чинять санкції, що вони представляють собою на практиці і які несуть наслідки.

Ризик санкцій є одним із видів ризику країни. Санкції – це економічні заходи чи дії, які вживаються проти об'єкта з метою впливу на його поведінку, політику чи дії, включаючи тероризм, розповсюдження ядерної зброї, торгівлю наркотиками, організовану злочинність, збройні конфлікти, корупцію та порушення прав людини. Метою санкцій зазвичай є припинення конфлікту, змушення певного суб'єкта чи групи до переговорів щодо мирної угоди чи дотримання існуючої угоди, або накладання покарання за порушення прав людини. У цьому контексті санкції є привабливими для політиків, оскільки вони посиляють сильніший сигнал, ніж дипломатична взаємодія, але є набагато менш екстремальними, ніж військові дії, за допомогою санкцій можна продемонструвати, що політики «щось роблять» перед світовою спільнотою [1, р.1; 2, р.44].

Розрізняють санкції економічні та фінансові. Фінансові санкції – це обмежувальні заходи, які застосовуються до визначених осіб, які призводять до заморожування коштів або інших активів цих визначених осіб [3].

Серед економічних можна виділити: в'їзні та візові обмеження для окремих осіб; ембарго на імпорт і/або експорт певних товарів, технологій і послуг; імпорتنі мита, квоти, вартість ліцензій та адміністративні пороги [3].

Відзначимо, що, наприклад, санкції ООН зазвичай мають форму заморожування активів, заборони на поїздки і ембарго на постачання зброї. У багатьох випадках ЄС по суті повторює санкції ООН, однак також запроваджує власні цільові економічні санкції поза рамками ООН [1, р.6-7].

У відповідь на різноманітні ситуації застосовуються й інші типи економічних санкцій: всеохоплюючі, які впливають на всю економіку країни; цілеспрямовані, які блокують фінансові транзакції окремих осіб і організацій [1, р.6].

Санкції також можуть бути односторонніми і багатосторонніми. Односторонні санкції запроваджуються однією країною, тоді як багатосторонні санкції запроваджуються кількома країнами, які спільно працюють над запровадженням санкцій проти об'єкта. Санкції також можуть бути спрямовані на географію чи діяльність. Комплексні географічні санкції застосовуються до окремих країн або регіонів (наразі це Куба, Іран, Північна Корея, Сирія та Крим в Україні). Інші країни підпадають під більш вузькі, цілеспрямовані програми санкцій. Наприклад, Росія є суб'єктом нової «секторальної» програми санкцій, яка забороняє певні види операцій з певними забороненими сторонами. Тематичні санкції зосереджені на конкретних питаннях, які можуть перетинати географічні кордони (наприклад, санкції проти наркотиків, тероризму та кібер-санкції) [2, р.44].

Першочерговим етапом у процесі управління ризиком санкцій є саме оцінка цього ризику. Це є основою для визначення того, які перевірочні заходи повинен вжити інститут та які кроки варто зробити для виявлення та запобігання потенційним ризикам. З практичної точки зору, для початку оцінки ризику санкцій слід розглянути кілька фундаментальних питань:

- де у світі оперує ваш бізнес (де ваші офіси, філіали, дочірні компанії);
- чи не несе ризику ваш ланцюг поставок, а саме де знаходяться ваші постачальники, дистриб'ютори та агенти;
- де у світі знаходяться ваші кінцеві користувачі;
- чи пропонує компанія послуги електронного банкінгу з міжнародними грошовими переказами [4].

Компанія Deloitte наголошує на тому, що ризик санкцій можна вирішити кількома способами: вжити превентивних заходів, інвестувати у виявлення існуючих ризиків або просто реагувати, коли ризики санкцій матеріалізуються. В ідеалі можна було б застосувати поєднання трьох елементів: запобігання, виявлення та відповідного реагування. Крім того, по кожному з пунктів компанія пропонує власні послуги [5].

SanctIO пропонує чітку компіляцію санкцій ЄС, ООН і США для кожної країни. Проаналізувавши список, можна сказати, що країни, що мають середній ризик санкцій, це в основному африканські країни: Ліван, Республіка Малі та Конго, ЦАР, Нікарагуа, Судан, Венесуела, Зімбабве тощо. Країни із високим ризиком: Сирія, Куба, Білорусь, Афганістан. А ось РФ та окуповані нею території України (Донецьк, Луганськ, Крим/Севастополь) знаходяться у одній групі із Північною Кореєю та Іраном та є країнам із критично високим ризиком [3].

Переходячи до практичного аспекту вивчення санкцій варто сказати, що понад 1000 міжнародних компаній публічно оголосили, що вони добровільно згортають діяльність у Росії, але деякі компанії продовжують працювати в Росії, не злякавшись. Yale Chief Executive Leadership Institute оновлює список компаній, що складається з п'яти категорій — класифікованих за шкільною літерною шкалою AF, характеризуючи повноту виходу з ринку. Список отримав широке висвітлення через його роль у сприянні масовому відтоку компаній з Росії.

1. Компанії, які нехтують вимогами щодо припинення або скорочення діяльності, продовжують працювати як завжди в Росії (234 компанії) (Оцінка: F): Alibaba, Lacoste, Raiffeisen Bank International, Teva, Valeo тощо.

2. Компанії, які відкладають майбутні заплановані інвестиції/розробку/маркетинг, продовжуючи суттєвий бізнес (177 компаній) (Оцінка: D): Binance, Bosch, Giorgio Armani, Lenovo, Nestle тощо.

3. Компанії, які згортають деякі значні бізнес-операції, але продовжують інші (148 компаній) (Оцінка: C): Adobe, Coca-Cola, Microsoft, Philip Morris, Skoda тощо.

4. Компанії, які тимчасово припиняють більшість або майже всі операції, залишаючи відкритими варіанти повернення (502 компанії) (Оцінка: B): Acer, Apple, Credit Agricole, Coursera, eBay, Paypal, Western Union тощо.

5. Компанії, які повністю припиняють роботу з Росією або повністю виходять з Росії (520 компаній) (Оцінка: A): AB InBev, Deutsche Bank, DXC Technology, Eurovision, KPMG, McDonald's, Nissan, PwC, UEFA тощо [6].

Міжнародні компанії опиняються під тиском світової спільноти щодо ведення бізнесу у країні-агресорі. Таким чином, наприклад, компанія Nestle виводить деякі свої бренди як от KitKat і Nesquik з Росії, але все одно буде продавати продукти першої необхідності. За їхніми словами, вони не очікують отримання прибутку у Росії та не планують сплачувати податки, але несуть відповідальність перед своїми співробітниками в Росії. Компанія планує залишити продаж тільки дитячого харчування та медичного та лікарняного харчування [7].

Компанія Philip Morris International (PMI) має намір вийти з ринку Росії, але має труднощі із продажем бізнесу, адже є певні положення, які дозволяють Кремлю диктувати оцінку та умови угод. Тим не менш, компанія все ж зняла з продажу певні бренди та зупинила маркетингову діяльність у країні,

відмінила запуск нових продуктів, і активно шукає рішення для остаточного виходу з ринку [8].

Компанії та фізичні та юридичні особи, які все ж вирішили прямо чи опосередковано співпрацювати із країною-терористом можуть стикнутись із наслідками: арештом майна, штрафами, блокуванням рахунків, втратою доступу до американських та європейських ринків і, врешті-решт, просто з негативною репутацією [9].

Французька компанія Auchan («Ашан») вже отримала міжнародний розголос за свої дії, хоча й заперечує їх. Як стало відомо, компанія не тільки продовжила бізнес у Росії, а й постачала російській армії необхідні побутові товари та, крім того, сприяла мобілізації своїх працівників [10].

У ході аналізу стає зрозумілим, що все ж таки велика кількість міжнародних компаній дотримується думки, що не можуть вийти з ринку агресора, адже це вплине на «простий російський народ», який ні в чому не винен, а війна – то лише дії влади. Інші компанії тримаються за свої наявні великі активи, за свій масштабний бізнес та перспективність великого потужного ринку Росії. Але варто сказати, що такі компанії сплачують ще й великі податки в бюджети США та ЄС, що також стримує їх від виходу з ринку РФ. Боротись з цим можна кількома способами: постійно наголошувати на «злочинній» діяльності цих компаній, створювати в самій Україні привабливі умови для майбутнього бізнесу для великих міжнародних компаній, а також використовувати такий репутаційний інструмент як внесення таких бізнесів до списку міжнародних спонсорів війни. Цей інструмент з одного боку – покаже одним компаніям, що їх вихід з ринку був правильним рішенням, а з іншого боку – тим компаніям, що залишаються у Росії, зруйнує репутацію. Наслідки для таких бізнесів будуть у будь-якому випадку і вся світова спільнота буде робити якнайбільше для сприяння виходу компаній із ринку РФ [10].

Варто сказати про OFAC (Управління з контролю за іноземними активами) публікує рекомендації для громадськості щодо важливих питань, пов'язаних із програмами санкцій, якими воно керує. Є огляд правил OFAC щодо санкцій, пов'язаних з Україною та Росією. Санкції у зв'язку із вторгненням Росії в Україну поділяються на три широкі категорії: блокуючі санкції проти фізичних та юридичних осіб; секторальні санкції проти організацій, що працюють у секторах російської економіки; нова інвестиційна заборона та заборона на експорт або імпорт товарів, технологій або послуг до або з Кримського регіону України. OFAC може дозволити певні типи або категорії діяльності та транзакцій, які в іншому випадку були б заборонені програмою санкцій у зв'язку із вторгненням Росії в Україну, видавши загальну ліцензію [11].

У висновку можна сказати, що санкції – це обмежувальні заходи, спрямовані на приборкання зловмисної поведінки на міжнародному рівні. Вони діють як економічний стримуючий фактор, як форма публічної ганьби. Санкції чинять значний вплив на ведення міжнародного бізнесу. Міжнародні компанії, що досі працюють у Росії, зараз стикаються зі шквалом негативу на

світовій арені, із відповідними діями США та Європи. Росія вже зараз демонструє, який вплив чинять санкції на економіку, як послаблюють країну. Багато міжнародних компаній все ж не готові і не хочуть покидати ринок країни-терориста, тримаючись за велику кількість клієнтів, але чи зіграє їм такий крок на руку? Чи не понесуть вони більш значні втрати через це? Відповідь тут очевидна.

Література: 1. Mossberg H. Beyond Carrots, Better Sticks. *TheSentry.org*. 2019. 73 p. URL: https://thesentry.org/wp-content/uploads/2019/10/SanctionsEffectiveness_TheSentry_Oct2019-web.pdf (last accessed: 9.04.2023). 2. Dulic A., Fischer N. The real game of risk: international sanctions. *ACC Docket*. 2020. P. 42-49. URL: <https://www.pillsburylaw.com/images/content/1/3/v4/133816/F-Dulic-ACC-Docket-June-2020-002.pdf> (last accessed: 9.04.2023). 3. Sanctions risk list. *SanctIO, clarity in sanctions*: web-site. URL: <https://sanctio.com/en> (last accessed: 9.04.2023). 4. Screening lists is no protection against sanctions risks. *FCG*: web-site. URL: <https://fcg.global/2023/02/21/screening-lists-is-no-protection-against-sanctions-risks/> (last accessed: 9.04.2023). 5. Sanctions risk management. *Deloitte*: web-site. URL: <https://www2.deloitte.com/ch/en/pages/forensics/solutions/sanctions-risk-management.html> (last accessed: 9.04.2023). 6. Over 1,000 Companies Have Curtailed Operations in Russia—But Some Remain. *Yale school of management*: web-site. URL: <https://som.yale.edu/story/2022/over-1000-companies-have-curtailed-operations-russia-some-remain> (last accessed: 9.04.2023). 7. Nestle pulls KitKat and Nesquik out of Russia. *BBC*: web-site. URL: <https://www.bbc.com/news/business-60850209> (last accessed: 9.04.2023). 8. У Філіп Морріс розповіли про складнощі виходу з російського ринку. *УНІАН*: веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/u-filip-morris-rozpovili-pro-skladnoshchi-vihodu-z-rosiyskogo-rinku-12155658.html> (дата звернення: 9.04.2023). 9. Ціна ризику: чого коштує співпраця з підсанкційними контрагентами. *You Control*: веб-сайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/articles/tsina-ryzyku/> (дата звернення: 9.04.2023). 10. Криваві гроші: чи може Україна змусити великий міжнародний бізнес піти з Росії. *УНІАН*: веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/politics/krivavi-groshi-chi-mozhe-ukrajina-zmusiti-velikiy-mizhnarodniy-biznes-piti-z-rosiji-12174372.html> (дата звернення: 9.04.2023). 11. Ukraine-/Russia-related Sanctions. *US Department of the treasury*: web-site. URL: <https://ofac.treasury.gov/sanctions-programs-and-country-information/ukraine-russia-related-sanctions> (last accessed: 9.04.2023).

УДК 399.9-022.334.4

Клюєва О.А.

Kliuieva O.A.

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ
МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ФРАГМЕНТАРНОСТІ
ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**CURRENT ISSUES OF THE ACTIVITIES OF INTERNATIONAL
BUSINESS ENTITIES IN THE CONDITIONS OF THE
FRAGMENTATION OF THE GLOBAL ECONOMY**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
магістрантка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: д.е.н., проф. Шкодін І.В.
м. Харків, Україна*

Фрагментарність глобальної економіки — це досить складне поняття на перший погляд, але ж воно являє собою процес розподілення світової

економіки на дрібні частинки. Ці дрібні дрібні частинки наче пазл створюють єдину картину. Процес розподілення відбувається через швидке зростання кількості економічних суб'єктів, яким потрібно швидко адаптуватися до нових умов існування на ринку.

Світова економіка розвивається і змінюється так швидко, що не кожен суб'єкт міжнародного бізнесу встигає адаптуватися та визначити для себе, які ж саме тенденції стануть пріоритетними у майбутньому. Через це міжнародний бізнес все частіше стикається зі складнощами та потребує постійної адаптації.

Одним з таких викликів в останні роки стало збільшення конкуренції, бо саме фрагментарність глобальної економіки призвела до того, що з'явилося ще більше конкурентів на ринку, які ведуть досить сильну конкуренцію за обмежені ресурси. Бізнес має бути готовим до більш високої конкуренції і краще всього це робити за рахунок зменшення витрат на виробництво, використання новітніх технологій та впровадження нових методів маркетингової стратегії.

Компанія, яка бажає вийти на зовнішній ринок, але не має досвіду в міжнародному бізнесі, дуже важко в перший раз представляти свою продукцію тому, що сьогодні на міжнародному ринку діє досить жорстка конкуренція [1, с. 7].

Через те, що кожен регіон має свої унікальні характеристики, ринкові умови, законодавчі вимоги — це все створює додаткові бар'єри для виходу на ринок нових бізнес-суб'єктів. Тобто, щоб вести успішну діяльність варто враховувати різноманітність ринків, регіональні особливості, дотримуватися певних стратегій.

Однією зі стратегій розвитку може стати введення інновацій, які допоможуть вивести бізнес на новий рівень і виграти боротьбу за свою місце під сонцем серед інших конкурентів. Також постає необхідність в удосконаленні державної підтримки інноваційного середовища, яке покликане створити необхідні умови для створення інноваційної діяльності, орієнтованої на розвиток інтелектуальної сфери та підвищення конкурентоспроможності виробництв [2, с. 47].

Усі учасники міжнародного бізнесу мають бути готові до глобальних змін, мати заздалегідь продумані стратегії виходу з різних ситуацій, щоб впоратися із ситуацією та швидко адаптуватися. Ті, хто першими зможуть швидко відреагувати на зміни та почати діяти, саме вони отримують усі переваги на ринку.

Різні ситуації мають мати різні шляхи вирішення, тобто стратегії мають бути різні. Якщо ми говоримо про стратегію, яку варто втілити на ринку, що розвивається, то вона має бути орієнтована на використання локальних експертів, залучення місцевої команди, пошук партнерів на місці.

Якщо б єдиною проблемою була конкуренція, то можливо все було б значно легше, але конкуренція породила необхідність забезпечення цілісності та безпеки міжнародного бізнесу. Кожен бізнес має бути готовий до захисту

своїх інтелектуальних прав та інформації. В світі зростає боротьба зі злочинністю, яка все частіше зустрічається на просторах інтернету.

Останні роки, навіть на прикладі України, можна побачити, що головним викликом для суб'єктів міжнародного бізнесу є не тільки конкуренція, а й зміна геополітичної ситуації та зростання політичної невизначеності в країні. Саме ці процеси й призводять до нестабільності на ринках, збільшення ризиків та ускладнюють життя багатьом бізнесам.

Діяльність багатьох сучасних підприємств не обмежується лише внутрішнім ринком. В епоху глобалізації компанії намагаються працювати у тих країнах, які пропонують для цього найкращі умови. Це забезпечує збільшення обсягів збуту, а значить, і прибутків [3, с. 146].

Також все частіше можна спостерігати проблеми з ланцюгами постачання, який складається з різних елементів. Це ускладнює суб'єктам міжнародного бізнесу виконувати звичну для них логістику та підтримувати взаємодію з партнерами з різних країн світу. Деякі підприємства втрачають якість, через неможливість доставки певних ресурсів для діяльності та виготовлення продукції. Зараз споживачі стають ще більш вимогливими щодо якості продуктів та послуг, тож варто постійно тримати належну якість, щоб не втрачати клієнтів. Також, вподобання клієнтів досить нестабільні, тому постійно потрібно тримати фокус на трендах.

Варто також зазначити, що організаційна структура має неабиякий вплив на розвиток бізнесу в цілому, без вдало побудованої організаційної структури важко уявити будь-яку успішну компанію. Тобто, варто обирати правильний тип та форму володіння, щоб вже на цьому етапі йти по правильному шляху. Вибір правильної організаційної структури допоможе суб'єктам міжнародного бізнесу ефективно управляти своєю діяльністю та знизити ризики, пов'язані з інвестуванням у нові ринки чи галузі.

Суб'єкти міжнародного бізнесу повинні розвивати свої компетенції та здібності, щоб працювати ефективно в умовах фрагментарності глобальної економічної. Інвестиції у професійний розвиток та навчання співробітників, а також впровадження нових технологій мають покращити стан і надати переваг на ринку.

Стратегія і культура – одні з найважливіших факторів підвищення ефективності організації. Стратегія визначає формальну логіку для цілей компанії та діяльності персоналу. Культура визначає цілі через цінності та переконання, спрямування діяльності робітників через спільні зобов'язання і групові норми. Організаційна культура – це неформальний соціальний порядок організації, вона формує позиції й поведінку робітників в усталений спосіб. стинктивно. Елементи організаційної культури: базові цінності; якість взаємодії персоналу, комунікації, організація офісного простору, навчання та ін. Виділяють три рівні організаційної культури: поверхневий; проміжний; глибинний. Поверхневий рівень оргкультури утворюють способи поведінки людей, ритуали, емблеми, дизайн, уніформа, мова, гасла. Проміжний рівень

становлять укорінені цінності та вірування. Глибинний рівень представлений філософією організації. [4, с.203].

Також, дружні відносини та гарна корпоративна культура може підняти компанію на новий рівень, через те, що співробітники будуть більш мотивовані, а це значить, що кожен буде зацікавлений в справі, яку він робить. Колектив – це досить важливий аспект успіху будь-якої компанії, варто приділяти багато уваги людям, з якими ви працюєте, бо за рахунок їхньої праці ви просуваєте свою компанію і стаєте більш конкурентоспроможними на ринку.

Суттєва проблема в розвитку міжнародного бізнесу – іноземна робоча сила. Компаніям часто вигідно використовувати працю іноземців або переносити виробництво за межі країни базування. Це може знизити витрати, за рахунок низької заробітної плати. Однак існують і ризики: рівень і кваліфікація в деяких випадках не відповідає вимогам, загроза нелегального використання праці та експлуатація [5, с. 98].

Важливим аспектом розвитку суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах фрагментарності глобальної економіки є розвиток сталої бізнес-моделі, яка враховує економічні, соціальні та екологічні аспекти. Така бізнес-модель дозволяє не лише отримувати прибуток, а й враховувати вплив діяльності на навколишнє середовище та суспільство загалом.

Отже, суб'єкти міжнародного бізнесу в умовах фрагментарності глобальної економіки повинні постійно розвиватися, враховуючи зміни в економічному середовищі, будувати ефективні стратегії, інвестувати у професійний розвиток співробітників та нові технології, вибирати правильний тип організаційної структури та дотримуватись вимог законодавства та регулювання. Тільки так вони зможуть досягти успіху в умовах глобальної економіки. Ну і звісно, варто слідкувати за конкурентним середовищем і постійно триматися на крок вище від конкурентів.

Література: 1. Панкратова О. М. Глобалізація як об'єктивний процес розвитку міжнародного бізнесу. *Economic security: state, cluster, enterprise*. 2020. С. 5–9. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-018-6-2> (дата звернення: 15.03.2023). 2. Лаврінченко Ю.М. Інноваційні механізми розвитку підприємств в умовах ринкової економіки. *Business Economics*. 2009. Вип. 3. С.46–54. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/48398982.pdf> (дата звернення: 15.03.2023). 3. Михайленко О. В., Лукаш Н. В., Стародубцева М. Ю., Шинкарук Н. М. Міжнародний бізнес: навч. посіб. Вінниця: ДНУ, 2017. 425 с. 4. Тарасенко С.В., Петрушенко Ю.М. Міжнародний бізнес: навч. посіб. Суми: СумДУ, 2021. с. 223. 5. Разінькова М.Ю. Міжнародний розвиток бізнесу: проблеми та шляхи їх вирішення. *Економічний простір*. 2019. Вип. 151. С. 91–100.

СЕКЦІЯ II
ІНСТИТУЦІЙНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК У
ВІДПОВІДЬ НА ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

УДК 339.138:159.9

Іващенко М.В.

Ivashchenko M.

ЕКОНОМІКА ВРАЖЕНЬ ЯК ІНСТИТУЦІЙНЕ ЯВИЩЕ
СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ
EXPERIENCE ECONOMY AS AN INSTITUTIONAL PHENOMENON
OF MODERN BUSINESS

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
к.е.н., доц., доцентка кафедри економічної теорії
м. Харків, Україна

Термін «економіка вражень» вперше з'явився у 1998 році, коли дослідники Б. Джозеф Пайн II і Джеймс Г. Гілмор (B. Joseph Pine II and James G. Gilmore, 1998) [1] обґрунтували, що сучасна економіка стрімко змінюється і підприємствам необхідно створювати такі унікальні зв'язки, що дозволять завоювати прихильність клієнтів. Результатом таких зв'язків є формування певних емоцій, що запам'ятовуються клієнтом як ті, що супроводжують споживання, а ці спогади стають враженнями. Оскільки сучасні споживачі хочуть більшого, їм постійно потрібні емоції та враження, а це, в свою чергу, змушує їх повертатися за новими покупками. У боротьбі за свого споживача бізнес має запропонувати йому таку унікальну цінність, яка відрізнятиме його від інших, зробити свій бренд настільки унікальним, що тільки він викликатиме у споживача необхідні йому емоції.

Особливість економіки вражень полягає в тому, що вона орієнтована на відчуття споживача. Головна ідея цього підходу полягає в тому, що підприємства мають орієнтуватися на споживача та створювати враження для нього. Важлива задача для підприємства – вивчення потенційного споживача, визначення його бажань та мотивацій при здійсненні діяльності. Підприємство, що орієнтоване на споживача, має низку характеристик:

– підприємство має стійку корпоративну культуру, в якій вагоме місце займає турбота про задоволення потреб споживачів;

– зусилля працівників підприємства зосереджені на потребах споживачів та на самих споживачах, як на найважливіших об'єктах своєї роботи, а менеджери створюють необхідну мотивацію для їх діяльності.

Прибуток – показує, наскільки ефективно працювало підприємство в попередньому періоді, а якісне задоволення потреб споживачів забезпечує отримання прибутку в майбутньому періоді. Основні зусилля підприємства націлені на формування довготривалих відносини зі споживачами та

підвищення рівня їх лояльності. Це обумовлено можливістю отримання підприємством таких переваг:

- саме лояльні споживачі дозволяють підприємству отримувати високий прибуток, оскільки це найактивніші покупці;

- лояльні споживачі добре розповсюджують інформацію про підприємство, створюючи своєрідну рекламу;

- формування міцної групи лояльних споживачів ускладнює вихід на ринок інших конкурентів, розширюючи в той же час, коло споживачів самого підприємства.

Наскільки задоволеним покупкою залишається споживач, можна визначити співвідношенням очікувань з реальними якостями товару. Споживач має певні попередні очікування, пов'язані зі споживанням товару, засновані на досвіді його вжитку. Якщо якість товару відповідає очікуванням, споживач отримує задоволення, якщо не відповідає – розчарування.

В залежності від ступеню задоволення, визначають три моделі ставлення клієнта до підприємства та його продукції:

- 1) емоційно-позитивне;
- 2) індиферентне;
- 3) оціночно-раціональне.

Перша модель ставлення притаманна лояльним клієнтам, які віддають перевагу підприємству в силу емоційного фактора. Друга модель описує ситуацію, коли емоційний зв'язок з підприємством чи його продукцією є слабким. Нарешті, раціональні клієнти, є найбільш масовою споживчою групою та будують своє споживання виходячи з таких критеріїв, як ціна продукту, його якісні характеристики та рівень сервісного обслуговування.

Виходячи з цього, споживачі здійснюють свій вибір не між брендами, а на основі емоцій та вражень, що вони отримали від їх використання, сформувавши певний досвід контакту з товаром та, відповідно, компанією. Практика споживання та вражень формує та підвищує рівень досвіду споживача, особливо в постіндустріальному суспільстві. Виходячи з концепції економіки вражень, досвід — це подія чи випадок, що справляє враження на людину, з якою відбувається.

Досвід залежить від низки як об'єктивних, так і суто суб'єктивних, притаманних тільки окремому споживачу, чинників, тому він є особистим. Це пов'язано з тим, що формування емоцій залучає багаторівневу характеристику споживача — від емоційного до фізичного, інтелектуального та духовного. Така взаємодія і створює унікальні для кожного споживача враження.

Економіка вражень має вже безліч прикладів успішного застосування в міжнародній бізнес-практиці. Багато компаній акцентують увагу не на самому товарі, а на атмосфері, в умовах якої відбувається його споживання: кваліфікований та доброзичливий персонал, затишок, зручність, комфорт, жарти, добре ставлення, індивідуальний підхід до розв'язання проблем та інші позитивні емоції, які формують у споживача необхідний досвід. Це дозволяє в

умовах жорсткої конкурентної боротьби вдало виділитися на фоні інших учасників ринку.

Економіка вражень може впливати на глобальну економіку через декілька механізмів. По-перше, економіка вражень може впливати на попит на певні товари та послуги. Скажімо, якщо певний товар або послуга асоціюється з позитивними емоціями, то попит на цей товар або послугу може збільшуватись в межах глобального ринку.

По-друге, економіка вражень може впливати на маркетингові стратегії компаній. Компанії можуть спрямовувати свої зусилля на створення вражень, які впливатимуть на попит на їхні товари та послуги, виводячи самі маркетингові стратегії на якісно новий рівень [2].

По-третє, економіка вражень може впливати не тільки на споживачів, а й на поведінку інвесторів. Інвестори можуть реагувати на певні враження, які виникають у зв'язку з певними подіями або новинами, і це може вплинути на ринки акцій та інші ринки.

В свою чергу, компанії, що функціонують на рівні глобальної економіки, напрацювали свої практичні методи якісної взаємодії з клієнтами з використанням переваг діджиталізації [3]. Ці методи стосуються механізмів обслуговування клієнтів, наприклад, можливість зв'язатися з представником компанії чи сервісу та отримати підтримку у будь-який час. Компанії, що працюють на глобальних ринках, мають враховувати відмінності у часових поясах та забезпечити діалог з клієнтом, незважаючи на час доби. До того ж, сучасні цифрові технології дозволяють персоналізувати спілкування з клієнтом, враховуючи наявну про нього інформацію. Це дає змогу пропонувати нові продукти на основі минулих уподобань або спілкуватися мовою, якій клієнт віддає перевагу, щоб дійсно персоналізувати кожен розмову. У зв'язку з цим бази даних з інформацією про клієнтів зараз мають особливе значення для бізнесу.

Отже, економіка вражень (економіка емоцій) - це теорія, яка відображає вплив емоцій і психологічних факторів на споживання товарів та послуг. За цією теорією, люди не тільки купують товари та послуги з метою задоволення своїх потреб, але також з метою створення певних вражень.

Економіка вражень може впливати на глобальну економіку, за умови, що вона має достатній рівень впливу на споживачів, компанії та інвесторів. Це може створювати нові можливості для бізнесу та інвестицій, але також може створювати ризики, пов'язані з нестабільністю ринків та несприятливими економічними наслідками.

Література: 1. B. Joseph Pine II and James H. Gilmore. Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*. 1998. July–August. URL: <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (дата звернення 12.04.2023 р.) 2. Sadchenko, O. (2020). Basic directions of experience economy marketing development in conditions of sustainable development. *Economic Innovations*, 22(2(75)), p. 101-111. [https://doi.org/https://doi.org/10.31520/ei.2020.22.2\(75\).101-111](https://doi.org/https://doi.org/10.31520/ei.2020.22.2(75).101-111). 3. Kaila Krayewski. What Is the Experience Economy? *Ultimate*. 2022. Oct 6, URL: <https://www.ultimate.ai/blog/customer-experience/the-customer-experience-economy> (дата звернення 10.04.2023 р.) 4. N. Balatska.

УДК 330(477):004.67(045)

Ночвіна І. О.

Nochvina I.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ
DIGITALIZATION OF UKRAINE'S ECONOMY IN CONDITIONS OF GLOBAL UNCERTAINTY

*Харківський педагогічний фаховий коледж комунального закладу «Харківська гуманітарна-педагогічна академія» Харківської обласної ради
викладач кафедри історії та суспільно-економічних дисциплін
м. Харків, Україна*

В умовах глобальної невизначеності цифровізація постає головним чинником формування національних інноваційних систем і найважливішим напрямом структурного реформування економік країн, що пояснюється величезним впливом цифрових технологій на глобальні економічні процеси, які відбуваються у світі. Така інтеграція передбачає розвиток цифрової економіки та формування цифрового суспільства, появи нових, унікальних систем і процесів, що становлять їх нову ціннісну сутність.

Стрімкий розвиток цифровізації економіки, заснованої на використанні інформаційних технологій, розробці інноваційних систем управління, аналізі великих даних, призводить до трансформації традиційних економічних систем. Внаслідок чого змінюються і принципи конкурентних бізнес-відносин. Як і будь-яке глобальне явище, вона базується на технологічних особливостях обробки інформації в цифровій формі, коли відбувається її інституціональна трансформація. Сама по собі, незалежно від причин її появи та природи, вона є потужним дестабілізуючим фактором для стійкого розвитку будь-якої країни.

Загалом цифровізація уже існуючої в країні економіки є багатоаспектним, довготривалим і потребуючим значних фінансових й трудових ресурсів процесом. Однак в умовах сьогодення держави, які прагнуть трансформувати свою економічну систему у цифрову, мусять зосереджуватися не лише на процесі

такого реформування, а й на нівелюванні негативних наслідків від появи непередбачуваних глобальних викликів [3, с. 177].

Не оминуло це світове глобальне явище й Україну. Сьогодні цифровізація економіки України є актуальним питанням, оскільки головними особливостями сучасної інформаційно-цифрової економіки є її глобальний характер і формування нових типів економічного устрою та суспільства. Слід зазначити, що технологічною основою цифровізації економіки України виступають досягнення четвертої промислової революції, якій притаманна експоненційна швидкість поширення інновацій, глибина та масштаб

впровадження діджитал-технологій в усі сфери життя, бойові дії на сході країни, пандемія COVID-19, а з 24 лютого 2022 року ще й повномасштабна війна з Російською Федерацією. Тому, цифровізація економіки України є невід’ємною частиною та визначальним фактором сучасного суспільного розвитку.

Необхідно зазначити, що до 2024 року 90% організацій у всьому світі ставитимуть пріоритет інвестиціям у діджиталізацію, щоб доповнити цифровими технологіями активи та свої фізичні простори. Держсектор у багатьох країнах уже лідирує в аспекті діджиталізації, згодом підтягнуться й інші сфери. Більше не потрібно буде збирати та зберігати інформацію про себе, свої рахунки та операції у паперовому вигляді та відстоювати черги у відділеннях банків та лікарнях [1, с. 278].

Одним із головних показників рівня розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та мережевої економіки є індекс мережевої готовності (Networked Readiness Index – NRI). Індекс розроблено у 2002 році і раніше оголошувався всесвітнім економічним форумом (World Economic Forum) та міжнародною школою бізнесу INSEAD у рамках щорічної серії доповідей щодо розвитку глобального інформаційного суспільства [2, с. 13].

Індекс NRI охоплює чотири рівні: технології, населення, управління та вплив, які в свою чергу складаються з трьох підрівнів та заповнюються 58 змінними.

За даними Benchmarking the Future of the Network Economy Україна посідає 50-е місце серед 131 економік, включених до NRI 2022 року. Індекс мережевої готовності України наведено в табл. 1.

Таблиця 1 - Індекс мережевої готовності України 2022

Індекс мережевої готовності		Місце в рейтингу
Рівні	Підрівні	
Технології	- доступ	37
	- зміст	50
	- технології майбутнього	51
Населення	- фізичні особи	7
	- підприємства	50
	- уряди	52
Управління	- довіра	54
	- регулювання	84
	- інклюзія	60
Вплив	- економіка	43
	- якість життя	57
	- цілі сталого розвитку	83

Джерело: розроблено автором за даними [5]

Передусім варто зазначити, що в Україні спостерігається стійка тенденція до зростання рівня цифровізації населення (відповідно до рейтингу 37 місце). Дещо нижчим є рівень цифровізації за такими показниками, як: технології (45 місце), управління (57 місце), вплив (57 місце).

Відповідно до економічної стратегії «Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою» розробленою Українським інститутом майбутнього у 2018 році цілями діджиталізації економіки України є:

- бути полігоном для проектів цифрової трансформації;
- створення основи для трансформації секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні галузі (технології, цифровізація бізнесу, промисловість);
- залучення інвестицій та стимулювання довгострокового економічного зростання на рівні 10–12% на рік;
- реалізація людського капіталу, створення нових можливостей для інноваційних, креативних і цифрових галузей і розвитку бізнесу;
- розвивати та захоплювати світове лідерство в експорті цифрових продуктів і послуг [4].

Цифровізація економіки України в умовах глобальної невизначеності є пріоритетним напрямом як наукових досліджень, так і практичної спрямованості, адже саме цифрова економіка виступає основою розвитку ефективного державного управління, економіки, бізнесу-середовища, соціальної сфери й всього суспільства. Для активізації процесів цифровізації економіки в Україні необхідно забезпечити належну законодавчу базу; запровадити керування електронними документами під керівництвом компетентного персоналу; оптимізувати податкову політику; забезпечити навчання відповідних фахівців; здійснити заходи щодо підвищення комп'ютерної грамотності; знизити вартість інтернет-послуг для створення зони вільного доступу; сприяти залученню іноземного капіталу, як наслідок інвестуючи в цифрову економіку отримуючи цифрові дивіденди у вигляді: загальнонаціонального економічного приросту, бізнес-діяльності, а отже і податкові надходження, зростання ВВП, надходження нових інвестицій тощо.

Література: 1. Дубель М. В. Вплив пандемії COVID-19 на процес діджиталізації світової торгівлі. *Економіка і організація управління*. 2021. № 4 (44). С. 277-288. 2. Лапін А. В., Грінчук І. О., Оленюк Д.О. Діджиталізація економіки в Україні: сучасний стан та перспективи. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2022. № 7. DOI: [10.32702/2307-2105.2022.7.22](https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.7.22) . 3 Кулакова С., Житник О. Цифровізація Економіки України та E-Commerce як її складова. *Вісник Хмельницького національного університету* 2022. № 6, Том 1. С. 196-201. 4. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-4> (дата звернення: 18.04.2023). 5. Network Readiness Index 2021. Benchmarking the Future of the Network Economy. Portulans institute. URL: <https://networkreadinessindex.org/> (дата звернення: 18.04.2023).

Kondratenko N.

**THE IMPACT OF DIGITALIZATION OF BUSINESS ON THE
TRANSFORMATION OF CONSULTING ACTIVITIES**

*V.N. Karazin Kharkiv National University
Associate Professor of the Department of International Business and
Economic Theory
Kharkiv, UKRAINE*

The fundamental transformation of the system of global competitive relations in the XXI century actualized the issue of renewal by economic entities of existing approaches to the organization of production and its structural modernization, as well as the introduction of innovative management technologies capable of ensuring their achievement of competitive leadership in various segments of the world market. This led to the formation and dynamic development of the consulting industry, which has turned into not only a powerful sector of global entrepreneurship, where the most creative part of the world's human resources is concentrated, but also the most important segment of the market infrastructure service sector.

The professional services industry is growing, at the same time, incomes and the number of personnel are increasing in all directions. But the industry is increasingly receiving stark warnings that its traditional model is changing and gaps are beginning to show. The development of the domestic market of consulting services is influenced by a number of external factors, both positive and negative. These factors, which do not currently have a clear scientific classification, have certain, insufficiently researched features and regularities that are important for understanding the development of the consulting services market as a whole and from the point of view of its professional participants.

Analysis of the functioning and development of the consulting market in the world and in Ukraine made it possible to single out three major trends of changes in consulting activity:

- technological development,
- political and economic transformations
- socio-cultural changes.

1) The development of new technologies is happening at a rapid pace, opening up many new opportunities for professional service firms to improve their operations and having a significant impact on all other types of transformations.

2) Large economic and political topics take into account the importance of the new technological system and the change in the model of business organization and management in industries, which dictates a completely new level of training, that is,

requirements for business organization, which begin to be translated into consulting activities.

3) One of the most influential socio-cultural factors is the change of generations. The entry of new generations (Y and Z) into the workforce has brought a completely new way of working to companies. Compared to the older generations, the new ones value more aspects of work such as flexible working hours, purposefulness and a more balanced work life. [1]

The most important thing for professional services firms is the increased expectations of the younger generation of clients. Influenced by the 24/7 digital economy and easy-to-use, design-driven interfaces, new generations have a much lower tolerance for clunky technology. Instead, everything should be simple, intuitive and personalized to meet the needs of the end user. Technology is paramount in this regard, including a clear focus on consumer use of technology to increase adoption.

At the same time, the growth of the gig-economy means that the workforce is becoming more mobile. Traditionally, consultants received a salary from the firm or an hourly fee from the outside. In management consulting today, up to 20% of commission income is earned by independent consultants, with consultants often using hybrid models of in-house and independent staffing for each project.[2]

Firms want to be able to monitor, collaborate with, and manage relationships with independent companies. Such management of contingent personnel is gaining more and more importance in the field of professional services.

Another revolutionary factor is a change in thinking about performance management. Currently, most companies can have up to five generations working at the same time, which means that companies need the flexibility and understanding of employees to facilitate increasingly diverse methods of talent management. It is no longer enough to have two or three assessments a year. It is much more efficient to do this on a permanent basis, and modern technologies provide such an opportunity.

In this way, technological development, political-economic and socio-cultural transformations force consulting companies to improve products and services for clients, as well as their own business processes, in order to meet industry trends and modern requirements. However, not all products and services can be digitized, and despite the inevitable changes in the consulting business, digital technologies will not be able to replace consultants.

Literature: 1. Four major trends impacting professional services firms. URL: <https://www.consultancy.eu/news/3785/four-major-trends-impacting-professional-services-firms> (last accessed: 05.04.2023). 2. Source global research. URL: <https://reports.sourceglobalresearch.com/reports> (last accessed: 13.04.2023). 3. Strategy Consulting. URL: <https://www.consultancy.eu/consulting-industry/strategy-consulting> (last accessed: 13.04.2023).

Безрук Н.С

Bezruk N.S

**ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА: СВІТОВИЙ ДОСВІД
ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ
CIRCULAR ECONOMY: GLOBAL EXPERIENCE
AND OPPORTUNITIES FOR UKRAINE**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: к.е.н., доцент Дерід І.О.
м. Харків, Україна*

Циркулярна економіка це нова модель економіки, в якій акцент робиться на повторне використання ресурсів задля повторної переробки і отримання з них максимально можливого прибутку. Циркулярна економіка функціонує так, що виходи одного ланцюга створення вартості стають входами для іншого, знижуючи залежність від нових видів сировини [1].

Мета циркулярної економіки: зупинити надмірне споживання заради добробуту наступних поколінь. У циркулярній моделі використані матеріали і відходи знову стають сировиною для економіки. Це вирішує проблеми дефіциту природних ресурсів, високих цін на сировину і знижує залежність від імпортованих товарів.

Циркулярна економіка також передбачає інші способи економії: спільне використання, оренду, повторне використання, ремонт, відновлення та переробку наявних продуктів якомога довше. Завдяки цьому подовжується життєвий цикл виробів, відходи скорочуються до мінімуму. Коли термін служби продукту закінчується, завдяки переробці його можна продуктивно використовувати знову і знову, тим самим створюючи додаткову цінність [2].

Робота над циркулярною економікою є важливою частиною вирішення проблеми зміни клімату. Ми повинні думати про наступні покоління і робити все для вирішення кліматичної кризи. Міжнародна експертна група ООН з ресурсів дійшла висновку, що видобуток і переробка природних ресурсів спричиняє приблизно половину всіх глобальних викидів парникових газів. Ось чому багато компаній зараз розробляють стратегії для визначення ключових дій, необхідних для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, який можуть спричинити ці матеріали. Циркулярна економіка, якщо вона розроблена продумано та інклюзивно, має потенціал для захисту навколишнього середовища, покращення економіки та підвищення соціальної справедливості. Стійкість із самого початку вимагає соціальної справедливості. Те, як ми видобуваємо, використовуємо та розпоряджаємося нашими ресурсами, може непропорційно вплинути на й без того вразливі громади [3].

Для детального аналізу ситуації, розглянемо таблицю 1, у якій подана інформація щодо утворення та поводження з відходами в Україні за роками. З

таблиці можна побачити як швидко збільшується кількість відходів в Україні з кожним наступним роком. Варто звернути увагу на збільшення обсягу утворених відходів, у 2018 році вони становили 352333,9 тис. т, а у 2019 році – 441516,5 тис. т. В свою чергу в 2019 році зріс і загальний обсяг відходів, накопичених протягом експлуатації, у спеціально відведених місцях та об'єктах у порівнянні з 2018 роком на 2426220,9 тис. т.

Таблиця 1-Утворення та поводження з відходами в Україні

Роки	Обсяг утворених відходів, тис.т	Обсяг утилізованих відходів, тис.т	Обсяг спалених відходів, тис.т	Обсяг видалених відходів спеціально відведених місця, тис.т	Загальний обсяг відходів накопичених протягом експлуатації в т.ч. в спеціально відведених місцях
2016	295870,1	84630,3	1106,1	157379,3	12393923,1
У т.ч відходи І,ІІ,ІІІ класів небезпеки	621,0	337,9	6,2	111,7	12102,4
2017	366054	100056,3	1064,3	169801,6	12442168,6
У т.ч відходи І,ІІ,ІІІ класів небезпеки	605,3	305,5	8,7	107,1	12197,6
2018	352333,9	103658,1	1026,6	169523,8	12972428,5
У т.ч відходи І,ІІ,ІІІ класів небезпеки	627,4	276,5	11,9	114,9	12217,2
2019	441516,5	108024,1	1059,0	238997,2	15398649,4
У т.ч відходи І,ІІ,ІІІ класів небезпеки	553,0	252,1	10,6	93,3	12305,1

Джерело: [4]

Низькі показники використання відходів, але, при цьому, високий рівень їх утворення призводять до того, що в Україні з кожним роком нагромаджується велика кількість твердих відходів, як в комунальному, так і в промисловому секторі. З них лише незначна частина застосовується як вторинні матеріальні ресурси, решта ж потрапляє на звалища. У більшості країн світу переважає лінійна модель економіки у якій продукти виробляють, використовують й утилізують. При такій моделі відходи лише нагромаджуються і не мають подальшого застосування. Для більш предметного розгляду, хотілося б розглянути Японію, яка на мій погляд, найбільш ефективно втілює в життя циркулярну економіку. Середовище розвитку циркулярної економіки в Японії швидко змінилося за останні два роки, відколи Міністерство економіки, торгівлі та промисловості (МЕТІ) оприлюднило своє бачення економіки до 2020 р. Ґрунтуючись на цьому баченні, яке окреслює напрямок руху Японії під час переходу до циркулярної економіки, уряд проголосив свою мету стати вуглецево-нейтральною державою до 2050 року [5].

Важливою подією в Японії стало прийняття Закону про обіг пластикових ресурсів у квітні 2022 року. Японія, яка займає друге місце у світі за кількістю одноразових пластикових відходів на душу населення зробила значний крок до змін, встановивши правила по всій території. життєвий цикл пластику, від виробництва до переробки [5].

У Японії люди сортують 100% побутових відходів, іноді різні види відходів навіть вивозять в різні дні. Частина відходів перероблюється, деякі спалюються. Зола від спалювання відходів йде на будівництво нових островів, що збільшують територію країни. Так в містечку Камікацу на острові Сікоку населення сортує 100% видів побутових відходів, 80% з яких йде на переробку, а 20% компостується. Перед тим, як відвести відходи на станцію, люди їх миють та сушать. Кожен мешканець Камікацу має інструкцію з сортування на 25 аркушах. Україна може взяти приклад і розвиватися швидше і ефективніше, треба тільки змінити ставлення громадян до цього, залучивши всі способи ефективного інформування громадян, та дійсно донести до них необхідність таких дій [6].

В сучасних реаліях нашого життя, а тим більше зараз під час війни в Україні і в подальші роки її відбудови, циркулярна економіка, може стати фундаментом для розвитку. В якості підтвердження хотілося б привести в приклад французьку компанію, яка за допомогою мінімального використання сировини, застосовуючи завали аеропортів і будівель починають відбудовувати Гостомель. Neo Eco працює з проектом на 45 млн. євро і планують відбудувати близько 300 квартир і кілька шкіл і дитячих садків. Їх технологія дозволяє відсканувати і подивитися, що є придатним до використання, і що з цим можна зробити. Це може стати поштовхом і послужити прикладом для українських підприємств.

Література: 1.Зварич І. Глобальна циркулярна економіка як засіб побудови нового екологічного стійкого суспільства. *Світ фінансів*. 2016. 4 (49). С. 148-155 URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/22489/1/%D0%97%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%87%20%D0%86..pdf> (дата звернення: 20.04.2023). 2. Circular economy: definition, importance and benefits: website. URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits> (дата звернення: 20.04.2023). 3. What is a Circular Economy. EPA: website. URL: <https://www.epa.gov/circulareconomy/what-circular-economy> (дата звернення: 22.04.2023). 4. [Виговська Г.П. Основні вимоги закону України Про відходи. Законодавче та нормативно-правове забезпечення сфери поводження з відходами](https://livingplanet.org.ua/images/2021/h-p-vyhovska-DEA.pdf) URL: <https://livingplanet.org.ua/images/2021/h-p-vyhovska-DEA.pdf> (дата звернення: 23.04.2023). 5. Why Japan sees regeneration as key to a successful circular economy. *World economy forum*. website. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/11/is-regeneration-the-key-to-the-future-of-the-circular-economy/> (дата звернення: 23.04.2023). 6. Японія збільшує свою територію завдяки сортуванню сміття: як це вдалося. *Екополітика*: Веб-сайт. URL: <https://ecopolitic.com.ua/ua/news/yaponiya-zbilshuie-svoju-teritoriju-zavdyaki-ostrovam-zismittya/> (дата звернення: 23.04.2023)

СЕКЦІЯ ІІІ
НАЦІОНАЛЬНІ ЧИННИКИ ПЕРЕТВОРЕНЬ МІЖНАРОДНОГО
БІЗНЕСУ

УДК 339.5

Arkhiereiev S.

GLOBAL VALUE CHAINS FINANCING AS A DRIVER
OF INTERNATIONAL BUSINESS IN POSTWAR UKRAINE

V. N. Karazin Kharkiv National University
D.Sc., Professor of Economic theory and international business department
Kharkiv, Ukraine

At the current stage of reorientation of the Ukrainian economy, it should be not about reintegration into global trade, but about reintegration into global production, in which industry reorientation is destined to play an important role in favor of the industrial sector. Since the possibilities of reindustrialization on the old industry basis are depleted these days, an urgent necessity of neo-industrialization arises, similar to the processes that have taken place in the new industrial economies of East Asia. To illustrate that the sector of international business copes with this role much worse than with the maintenance of a high share of value-added export, we will analyze an indicator of high-tech export of Ukraine in comparison (see fig. 1) with some newly industrialized economies (NIEs) of East Asia. (NIEs-2, so-called “ASEAN-4”: Indonesia, Malaysia, Thailand, Philippines, and also with Vietnam and China, which sometimes are called NIEs-3 and that began radical transformations almost at the same time as Ukraine).

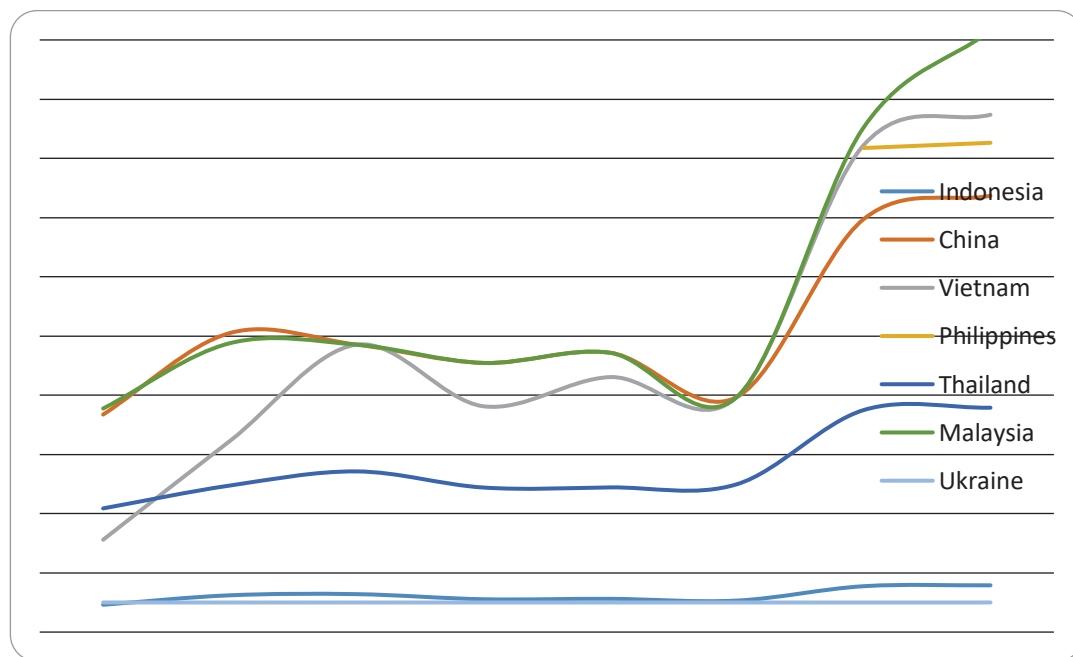


Figure 1 - The ratio of the share of high-tech export of NIEs compared to Ukraine (=1).

Source: developed by the author by 1].

As we can see, Ukraine is depressingly behind the majority of these countries, with as big as a twentyfold gap from the leader, Malaysia. It is exactly the prospect of modification of export structure, which is connected with the transition to an innovative path of development. For the sake of justice, we should note that according to the data of World Development Indexes (WDI), Ukraine's disparity by this indicator amounts to "merely" a nine-fold gap from the most developed, Singapore (NIE-1) and Malaysia (NIE-2).

On the contrary, indicators of openness show that Ukraine has quite a high indicator (which is manifested in the large share of value-added export), at least regarding foreign trade. Certainly, the situation can be improved through increasing the value added of existing exports. However, in this regard, Ukraine does not have any surplus reserves; rather, we mean a more comprehensive increase of created added value, which, in our opinion, implies going beyond established specialization of production.

Therefore, the goal of this reorientation is largely the transformation of production to effect an increase in volumes. Naturally, we are talking about export-oriented production, and not about the less effective import substitution. The question is how to achieve that? Probably to do that, measures for stimulating the import of capital, technologies, licenses, and know-how are needed. In other words, the traditional export goods that were produced by Ukraine on its own should be replaced by something else. In our view, the only real alternative could be products that are made within global value chains (GVCs). A significant factor should be the reorientation from the manufacturing of traditional, nationally specialized products toward some non-traditional stages of globalized production cycles.

In this case, the position of Ukraine is very different from their ratio of share of value-added export that is shown in fig. 2, which probably indicates that the factor associated with innovative development is more significant for Ukraine. This has its own peculiarities.

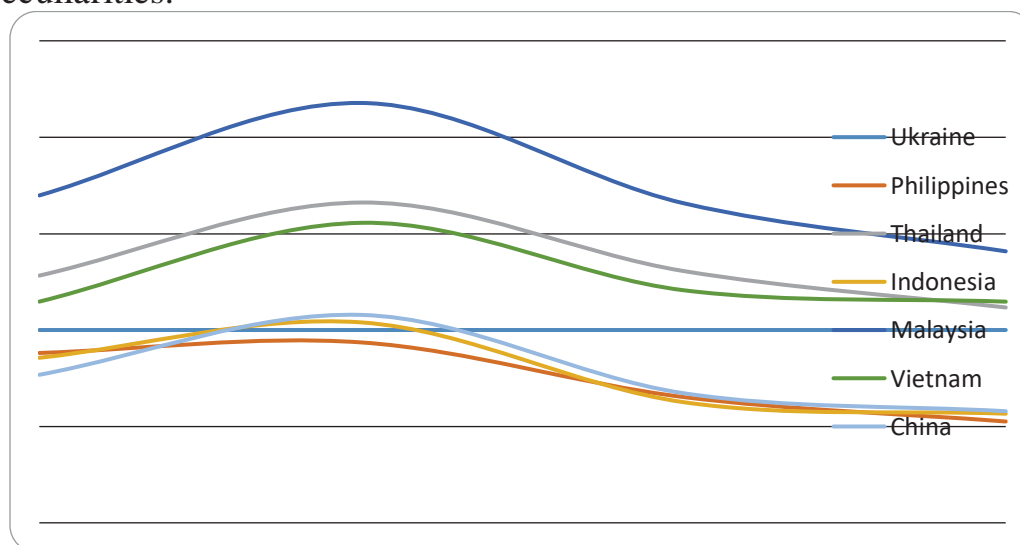


Figure 2 - The ratio of the share of value added exports to GVA of NIEs compared to Ukraine (=1).

Source: developed by the author by [2].

They are manifested in the fact that a similar gap, though not so big as in the share of high-tech export, can be seen in the high-tech import ratio in the trade of mentioned countries (see fig. 3).

According to this indicator in the last decade the existing gap narrowed, but still considerably exceeds the gap in share of value-added export. NIEs have not only extensively increased the exports of high-tech goods, but also have sustained a high level of importation of such goods – which, in our opinion, testifies to their active involvement in global value high-tech products chains. Thus, the success of NIEs cannot be explained only by their own innovative achievements, and this raises questions about the possibility in general of achieving success in the modern global world due to only one’s own development.

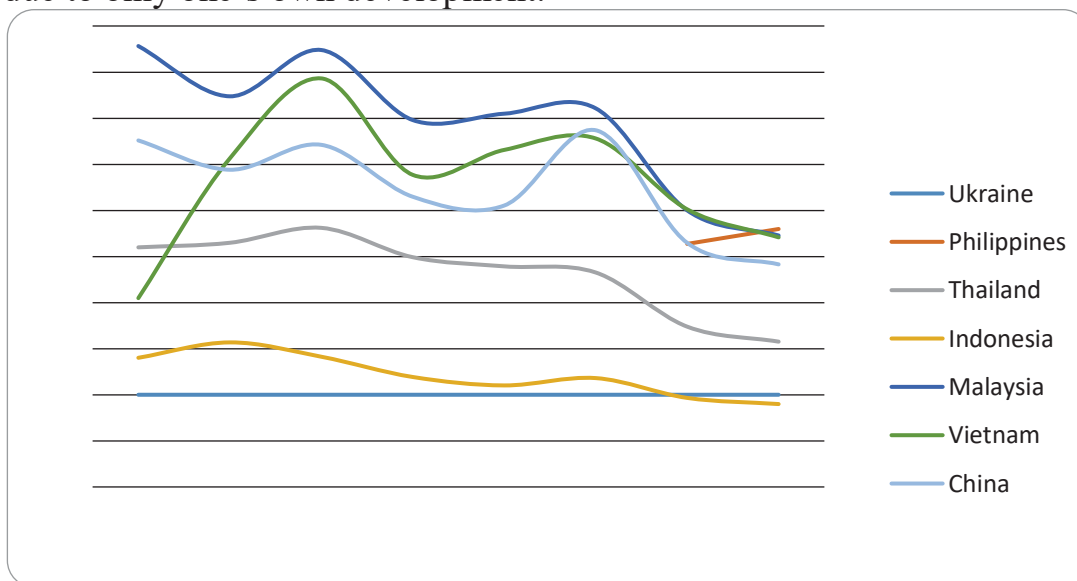


Figure 3 - The ratio of the share of high-tech import of NIEs compared to Ukraine (=1).

Source: developed by the author by [1].

A solution could be participation in global value chains (GVCs) that are new for Ukraine. In recent times, researchers have increasingly leaned towards the conclusion that involvement in them is a significant driver of the economic development of the country.

However, this participation remains elusive. Case in point, in the final report of WB, which is dedicated to Ukraine, it is noted that in the manufacturing industry the involvement of Ukraine in global production-and-supply chains remains low. For Ukraine the share of such products of global export value chains was 5,7%. It is much lower than 27% for Poland, 38% for Romania and Turkey, not to mention 59% for Vietnam [3]. Therefore, a problem for the development of Ukraine is clearly visible. Nevertheless, other countries have found ways to solve it. Following their example, the task of Ukraine today is not only to increase trade openness, but also to increase other types of openness, in particular regarding its involvement in global value chains (GVCs) [4].

The new and last question: what is a driver of global production-and-supply chains in Ukraine? In our opinion, a global value chain financing widespread in Latin America and Africa, especially in agriculture. Financial products and services

come to or go through any point in a value chain and, therefore, allow making investments that increase participants' efficiency as well as development and competitiveness of the chain.

However, in Ukraine, which has a long industrial history, mentioned chains should not be limited by agriculture. They should include all sectors that have development potential after the war. NIEs-3 of Vietnam and China has similar experiences. Supplier financing is most commonly used not only in agriculture and retail (45%), but also in automotive (59%), and steel (44%) industries in these countries.

One more feature is that financing should cover not only small and medium businesses but large businesses too because their risks are obviously higher.

The common financing of value chains in Ukraine does not make sense without special finance support because of high risks, which will certainly remain in the post-war period. Therefore, international financial institutions (such as WB, EBRD) through the commercial finance networks will have an important role in value chain development and involvement of Ukrainian manufacturers in their structures

Література: 1. Global Innovation Index – web site. URL: <https://www.globalinnovationindex.org> 2. Export of Value Added Database. The World Integrated Trade Solution (WITS) <https://wits.worldbank.org/analyticaldata/evad> 3. Ukraine Growth Study Final Document: Faster, Lasting and Kinder. Washington, D.C.: *World Bank Group*. 2019/03/29. Retrieved from: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/543041554211825812/pdf/Ukraine-Growth-Study-Final-Document-Faster-Lasting-and-Kinder.pdf> 4. Supply Chain Financing in China. Asia perspective - web site. URL: <https://www.asiaperspective.com/china-supply-chain-financing/?wpmeteorisable=1>. 4. Архієреєв С. Економіко-теоретичні засади посттрансформаційної реорієнтації міжнародного бізнесу. *Економічна теорія* 2022. №1. С.45-70.

УДК 339.944

Денисенко І. В.¹, Лазаренко В. Є.²

Denysenko I., Lazarenko V.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

CURRENT TENDENCIES OF TRANSNATIONALISATION OF INTERNATIONAL BUSINESS

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
¹*студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,*
²*д.е.н., проф., професор закладу вищої освіти*
кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
м. Харків, Україна

Сьогодні глобалізація світової економіки характеризується системною інтеграцією міжнародних ринків та регіональних економік, у зв'язку з чим відбувається інтенсивне економічне зростання та прискорене впровадження сучасних технологій та методів управління. При цьому процеси інтеграції

економік мають глибинний характер, зачіпають усі сфери діяльності людини, ставлять завдання приведення до відповідності тенденціям розвитку суспільства соціально-економічні параметри, ключовими з яких є сучасні технології корпоративного управління.

Процес інтернаціоналізації господарського життя, який помітно прискорився з другої половини ХХ ст., розвивався як кількісно, так і якісно. Традиційна інтернаціоналізація товарних і ресурсних потоків, яка в основному характерна періоду між світовими війнами, поповнилася новими факторами іноземного капіталу, що забезпечило переростання відносин регіональних ринків у транскордонну систему світового господарства, яка все більше набуває рис транснаціональної з власними закономірностями та механізмами регулювання.

Феномен міжнародних корпорацій пов'язаний із широким розвитком міжнародного бізнесу. На корпорації, які є, зазвичай, найбільшими корпоративними структурами країн, припадає переважна більшість міжнародних прямих інвестицій та міжнародної торгівлі [2].

Головною ознакою міжнародної корпорації є здійснення нею прямих міжнародних інвестицій із країни свого базування в приймаючі країни. Міжнародні корпорації розрізняють на транснаціональні корпорації та багатонаціональні корпорації.

Багатонаціональні корпорації – це корпорації, капітал яких належить двом і більше країнам, закордонні філії також знаходяться в різних країнах, відповідно і управління компанією також здійснюється тими самими країнами.

Транснаціональні корпорації (ТНК) – це великі національні корпорації, які поширюють свою діяльність за межі національних кордонів. Капітал у ТНК переважно національний, зарубіжними філіями керує також національна компанія (від країни резидента) [7].

Якщо міжнародні корпорації є в основному відображенням та проявом процесів посилення конкуренції у світовій економіці, то стратегічні та інші партнерства, альянси, міжнародні переплетення ТНК (володіння активами один одного, перехресні інвестиції) значною мірою свідчать про розвиток іншої тенденції, а саме – об'єктивної потреби у співробітництві та кооперації в умовах глобальної конкуренції. Транснаціоналізація через конкурентну боротьбу стає рушійною силою розвитку світової економіки. Конкуренція за умов глобалізації доповнюється помітною тенденцією до співробітництва та кооперації у міжнародному масштабі. Міжнародні економічні відносини перетворюються з відносин суто конкурентних у відносини співпраці. Але конкурентний початок не зникає, він накладається на відносини співробітництва, тобто виникають відносини міжнародної кооперації.

Транснаціоналізація – відтворювальний процес, що базується на прямих іноземних інвестиціях, але не зводиться лише до нього. Це складний комплексний процес, який визначається різними чинниками, які формулюють його мотивацію та механізми. Так, крім механізму впливу прямих іноземних інвестицій, він включає різноманітність форм транскордонного переміщення капіталу, у тому числі механізм публічного розміщення акцій корпорацій, перехресні інвестиції, різноманітні міжнародні стратегічні альянси, угоди про співпрацю, неакціонерні форми експансії тощо. Транснаціоналізація включає процес формування провідних суб'єктів світової економіки – ТНК – від багатонаціональних до міжрегіональних та локальних компаній. Транснаціоналізація охоплює процес розміщення філій ТНК та управління ними через різноманітні мережі, ланцюги та інші механізми ведення сучасного бізнесу [5].

ТНК, з одного боку, є органічною частиною національного господарського комплексу, з іншого – частиною господарського комплексу сторони, що приймає, з третього – чинником, що максимально долучає економіку своєї та приймаючої сторони у світову економіку та світогосподарські зв'язки. У сучасному міжнародному бізнесі ТНК виступають однією з найрозвиненіших і найзначніших за масштабом форм його організації.

Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. серед міжнародних компаній виділяється та зростає та частина, яку можна охарактеризувати як глобальні компанії. Процес глобалізації світової економіки, що привів до їх появи, відображає діалектику внутрішньо суперечливого процесу, що викликаний глобалізацією ринків і прагненням до збереження національної ідентифікації компаній. Механізм глобалізації, як конкурентна перевага міжнародної компанії, є симбіозом її чинників і технологій, які включають адаптивне входження компанії в наднаціональне ринкове середовище за допомогою компліментарності, фрагментації, мімікрії та власне глобалізації, яка дозволяє ТНК користуватися її перевагами, зокрема всесвітнім масштабом операцій, а також можливістю формування глобальних ланцюгів доданої вартості [4].

Однією з відмінних рис глобальних компаній є те, що вони за своєю фінансовою та економічною сутністю стають все більш самостійними гравцями у світовій економіці поряд із національними державами. Ці компанії, інтегруючи силу промислового, організаційного, а також фінансового, інформаційного та інтелектуального капіталу, формують свій економічний організм із інтегрованою структурою та внутрішніми цілями розвитку. Всіляко позиціонуючи себе як «своя» компанія для країни, до якої вони здійснюють експансію, вони згодом дійсно стають «своїми» [1].

Сучасною тенденцією розвитку ТНК є диверсифікація їхньої діяльності. Збутова діяльність все більшою мірою доповнюється виробничою, особливо у видобувних та обробних галузях, фінансовою, науково-дослідною та іншими видами діяльності. Саме у цих сферах бізнесу випереджаючими темпами зростають зарубіжні активи, інвестиції, у тому числі прямі, а також кількість зайнятих осіб. При цьому відбувається постійний розвиток та вдосконалення засобів та методів, за допомогою яких ТНК здійснюють експансію на світові ринки та забезпечують свою конкурентоспроможність. Переміщення продуктивного капіталу за кордон свідчить про наявність у світовому господарстві національних, відокремлених виробництв, що відрізняються один від одного якимись параметрами, характеристиками. Наявність цих несхожих рис і пояснює причини операцій із переміщення виробництва, пов'язані з отриманням більшого, стабільнішого прибутку.

Важливим організаційним елементом глобалізації економіки, що свідчить про зростання ступеня її інтегрованості й гомогенності, стають різноманітні злиття та поглинання ТНК та їх міжнародні угоди – стратегічні альянси. Різні причини, зумовлені тією чи іншою ситуацією, що складається у сучасному світовому бізнесі, формують особливості форм еволюції капіталу та його кооперації. Традиційні форми міжнародних корпорацій стають вузькими для багатогалузевих капіталів та їхньої експансії. Різноманітність форм зв'язків, хвилі злиттів та поглинань, які деякі науковці вважають найбільш застосовуваним ТНК інструментом підвищення їхньої конкурентоздатності, а також угоди про співпрацю та альянси змінюють співвідношення сил між компаніями. Починається спільний розподіл зон впливу, розширюється сфера спільного економічного контролю, поєднуються потенціали компаній. Крім того, застосовуючи досвід експансії, накопичений ТНК розвинених країн, компанії з країн, що розвиваються, демонструють помітну специфіку у як географії освоєння зарубіжних ринків та механізмів їх завоювання, так і в характері експансії (сировинної, фінансової, переробної) [3].

Незважаючи на суттєві успіхи національних корпорацій з країн, що розвиваються, більшість з них ще не оформилися в ТНК відповідно до загальноприйнятих критеріїв віднесення тієї чи іншої компанії до цієї категорії. Підприємства країн, що вступили на шлях транснаціоналізації, в основному знаходяться на самому початку шляху щодо завоювання провідних позицій на міжнародних ринках та в глобальній конкуренції. Однак цей шлях, в умовах світової економіки, що глобалізується, з огляду агресивних дій компаній зі слаборозвинутих країн, може виявитися не таким тривалим, яким він міг би бути в умовах індустріальної економіки.

Економічна криза, спричинена світовою пандемією, а також військовими діями у самому серці Європи, загальмувала, але не зупинила закордонну експансію транснаціональних корпорацій. Водночас саме ці події стали певним «моментом істини» для більшості компаній щодо перевірки правильності та ефективності їх зарубіжних стратегій розвитку, виявлення «вузьких місць» їхнього менеджменту та маркетингу. Поточні тенденції розвитку міжнародних корпорацій та економічна кон'юнктура світового ринку дозволяють прогнозувати сприятливі перспективи для подальшої транснаціоналізації міжнародного бізнесу в посткризовий період.

Література: 1. Бікулов Д. Т., Гаркуша В. А., Олійник О. М., Стратегічний менеджмент портфеля брендів структурного підрозділу ТНК на локальному ринку. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2020. Т. 26, № 2. С. 80–89. 2. Давидова І. О., Величко К. Ю., Печенка О. І. Транснаціональні корпорації: навч. посіб. Харків : Форт, 2018. 175 с. 3. Лазаренко В. Є. До уточнення ролі транснаціональних корпорацій у розвитку сучасної світової економіки. *Сучасні перетворення міжнародного бізнесу: матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції (24 жовтня 2022 року, м. Харків) / за заг. ред. С. І. Архієреєва, І. О. Дерід*. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. С. 6–13. 4. Михайлишин Л. І. Транснаціоналізація світової економіки: інноваційний аспект: монографія. Вінниця : ДонНУ, 2016. 314 с. 5. Опанасенко Л. О. Теоретичні засади регулювання діяльності транснаціональних компаній. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2019. Т. 24, Вип. 2. С. 7–10. 6. Про ратифікацію Конвенції про транснаціональні корпорації: Закон України від 13.07.1999 р. № 921-XIV. Дата оновлення: 06.01.2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/921-14/> (дата звернення: 20.03.2023). 7. Січко С. М. Вплив транснаціонального капіталу на розвиток світової економіки. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 5. 2015. С. 85–88.

УДК 339.92/.94(477:520)

Фотіна А.С.

Fotina A.

**ВЗАЄМОВІДНОСИНИ УКРАЇНИ ТА ЯПОНІЇ ЯК БАЗИС ДЛЯ
РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ
RELATIONS BETWEEN UKRAINE AND JAPAN AS A BASIS FOR THE
DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS**

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дерід І.О.
м. Харків, Україна*

Міжнародні відносини між країнами формують основу для розвитку міжнародного бізнесу. Саме тому, в рамках нашого дослідження ми вирішили приділити увагу двостороннім відносинам України та Японії. Для України азійський регіон зараз є одним з найважливіших у стратегічних планах встановлення міжнародних зв'язків.

Японія дуже розвинена країна, вона допомагає нашій країні технічно та фінансово, а також надає гранти не тільки у рамках проєктів, але і напряду, зокрема для того, щоб зміцнити демократичні інститути, проводити адміністративні та економічні реформи, розвивати культуру, освіту, медицину та інфраструктуру в Україні [1].

Що ж до характеристики Японії та ризиків цієї країни, то, проаналізувавши звіти міжнародного страхового агентства Allianz Trade, можна сказати, що в країні середній комерційний ризик, а економічний, політичний, фінансовий та ризик бізнес середовища є низькими, загальний середньо- та короткостроковий ризик Японії також є низьким (рис. 1).



Рисунок 1 - Ступені ризиків Японії станом на 2022 рік
Джерело: [2]

Японія, як і більшість країн втратила рівень ВВП під час пандемії, та за розрахунками, країна наблизиться до допандемічного ВВП у цьому 2023 році. Економіка Японії демонструє такі показники зростання її економіки: ВВП зростав у середньому на +0,8% за 2000-2019 роки та +1,2% за 2010-2019 роки. ВВП Японії скоротився на -4,6% у 2020 році (після вже скорочення на -0,4% у 2019 році) і відновився лише на +1,7% у 2021 році. Дійсно, японська економіка увійшла в кризу Covid-19 на м'якій основі, на порозі технічної рецесії наприкінці 2019 року. Повернення до нормального життя затягнулося, оскільки обмеження мобільності, пов'язані з Covid-19, було значно пом'якшене лише у 2022 році (враховуючи дуже повільні темпи вакцинації порівняно з іншими розвиненими економіками) [2].

Щодо бізнес-середовища Японії, то воно також досить розвинуте, вести бізнес досить комфортно, оскільки Японія надає йому свободу, також у цій країні дуже цінуються права власності і торгівля вважається вільною, оскільки держава чесно веде свої справи та дозволяє розвивати свій бізнес без суворого втручання. Ще один досить вагомий пункт це те, що держава дозволяє розпоряджатися своїми доходами безмежно, підприємець може використовувати свої фінанси так, як сам забажає, і держава не обмежуватиме його в цьому. Економіка Японії, однак, демонструє доволі слабкий рівень переробки та виробництва електроенергії з відновлюваних джерел [2].

Щодо політики, швидше за все, буде спостерігатися політична стабільність у найближчі кілька років, оскільки Ліберально-демократична партія (ЛДП) зміцнила свої позиції після виборів у 2021 та 2022 роках. А отже, у найближчі роки почне формуватися нова політика, а також країна, а точніше її уряд буде намагатися впроваджувати нові реформи, що повинно привести до покращення стабільності у країні [2].

Також, важливо відмітити, що Японія інвестує в Україну на відновлення економіки, а також на підтримку малого або середнього підприємства, надає гранти на підтримку та розвиток бізнесу. Держава є важливим торговельним партнером для України. До війни Україна та Японія постійно збільшувала свої торговельні можливості, не зважаючи на жахливу для багатьох країн пандемію. У 2021 році обсяг двосторонньої торгівлі товарами та послугами збільшився на 28,5% у порівнянні з 2019 роком – з близько 1,2 до приблизно 1,6 млрд. доларів США (табл. 1). За обсягами двосторонньої торгівлі товарами з Україною у 2021 році Японія посідала 3 місце серед країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону та 22 місце серед країн світу. У 2022 році товарообіг між Україною та Японією зменшився більше, ніж вдвічі, у порівнянні з 2021 роком – до 750,2 млн. доларів США [3].

Таблиця 1 - Японсько-українська двостороння торгівля товарами і послугами (млн. дол. США)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Товарообіг	839,2	630,3	764,0	941,5	969,3	1 235,30	1 270,25	1 589,66
Експорт	220,5	243,0	192,0	218,0	231,9	259,87	190,60	359,89
Імпорт	618,7	387,3	572,0	723,5	737,4	975,43	1079,65	1 229,77
Баланс	-398,2	-144,3	-380,0	-505,5	-505,5	-715,56	- 889,05	-879,61

Джерело: [1].

Зазвичай, двостороння торгівля України з Японію та іншими країнами світу здійснювалась через морські порти Чорного і Азовського морів. З наступом війни, на великий жаль, ці порти зачинилися, що призвело до різького падіння імпорту та експорту не тільки України. Нижче у табл. 2 ми можемо побачити інформацію стосовно двосторонньої торгівлі товарами між Україною і Японією за січень-травень 2022 р. підготовлено на основі митних статистичних даних Мінфіну Японії [1].

Таблиця 2 - Інформація стосовно двосторонньої торгівлі товарами між Україною та Японією станом на 2022 р. (в млн. єн та дол. США)

Місяць	Імпорт з Японії в Україну	Експорт з України в Японію
січень	3 416,5	12 619,4
лютий	7 827,3	10 110,7
березень	9 141,9	6 263,0
квітень	643,7	3 039,1
травень	257,8	5 281,1
Сума за 5 міс. 2022	21 287,2 \$163,75	37 313,3 \$287,02

Джерело: [1]

Прямі іноземні інвестиції Японії в Україну станом на 01.01.2020 р. становили майже 140 млн. дол. США, протягом 2019 р. збільшились на 560 тис. дол. США. У нашій країні працюють японські підприємства в Закарпатській області та у Львівській області (заводи, які виробляють запчастини на автомобільні засоби, зокрема ТОВ «Ядзакі Україна»), а також у Кременчуку є тютюновий завод, у який Японія активно інвестує кошти вже тридцять років, з цієї фабрики частина продукції експортується у Японію (Кременчуцька тютюнова фабрика «JTІ Україна»). Також Японія активно інвестує на розвиток різних регіонів України, особливо у східну її частину [1].

Активно розвивається співробітництво між вищими навчальними закладами України та Японії. Київський національний університет імені Т.Г.Шевченка активно співпрацює з університетами Рюоку (м.Кіото), Тенрі (м.Нара), Цукуба (м.Цукуба), Аояма Гакуін (м.Токіо); Інститут агроєкології і природокористування НАН України з Університетом Кобе Гакуін; Київський національний лінгвістичний університет з Осацьким університетом економіки і права, Львівський національний університет імені І.Франка з Токійським університетом іноземних мов. Було підписано угоду про студентський обмін між Тоямським університетом міжнародних досліджень та Одеським національним університетом імені І.І.Мечникова. Щороку проводяться засідання Асоціації українців Японії на чолі з професором Університету Кобе Гакуін Й. Окабе. Головне завдання діяльності Асоціації – ознайомлення всіх бажаючих з історією та традиціями України. І дуже цікаво

відмітити, що українська мова наразі викладається в якості факультативу в Токійському університеті іноземних мов [1].

Українська громада активно розвивається у Японії, там живуть доволі багато українців, а також для дітей України є спеціальні заклади освіти, для дітей різного віку [1].

Важливо відмітити, що Японію вже долучили до надання коштів Україні, а також до допомоги відбудови країни у майбутньому, по завершенню війни. Крім цього вона постачає нам гуманітарну допомогу, а також всіляке обладнання, щоб допомогти нам у соціальному плані, та у розвитку харчового бізнесу [1].

Японія активно підтримує Україну на шляху до вступу у ЄС. Японія водить санкції щодо Росії, але щодо зброї, то в країні є конституційні акти, що забороняють вступати в збройні конфлікти, хоча вона і має організацію оборони Японії. Однак Японія зробила все можливе з того, що не є забороненим – Україні було передано захисне спорядження. У зв'язку з нападом на Україну, Японія та Росія припинили свої економічні та політичні зв'язки, що дуже відобразилося на розвитку країни. Через це у Японії також є свої енергетичні складнощі, бо своїх ресурсів у неї майже немає, а також присутній дефіцит зрідженого газу в Японії, скоріше за все державі знадобиться дуже багато часу та зусиль, щоб відновити ситуацію [4].

Дуже важлива для України заява, яка була зроблена після візиту японського прем'єр-міністра Фуміо Кішиди до Вашингтона: «Об'єднані через Атлантичний і Тихий океани, ми разом рішуче протистояли несправедливій і жорстокій війні Росії проти України, і ми продовжуватимемо запроваджувати санкції проти Росії та надаватимемо непохитну підтримку Україні». Японія визнала Курили окупованою Росією територією. Ринок Росії був суттєвим для японських автовиробників, виробників одягу та електроніки. Після початку повномасштабної війни більшість японських компаній із втратами для себе, вийшли з російського ринку [5].

Таким чином, міжнародні економічні відносини між Україною та Японію не вражають своїми кількісними обсягами, але вражають своєю якістю та перспективністю. Те, що влада та бізнес Японії підтримали Україну, наділяє оптимізмом щодо перспектив подальшої взаємодії наших держав, в тому числі на рівні міжнародного бізнесу.

Література: 1. Посольство України в Японії : веб-сайт. URL: <https://japan.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo> (30.10.2020) 2. Japan Country Risk Report. *Allianz Trade*: веб-сайт. URL: https://www.allianz-trade.com/en_global/economic-research/country-reports/Japan.html (23.03.2023) 3. Огляд торговельної політики Японії. *Міністерство економіки України* : веб-сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=7804c20b-d3fb-42b5-959d-27bf320d7480&title=OgliadTorgovelnoiPolitikiYaponii> (13.03.2023) 4. Корсунський С., Панченко Ю. Як російсько-українська війна змусила Японію відновити конфлікт з РФ. *Європейська правда. Міжнародна безпека та євроінтеграція України*: веб-сайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/05/21/7139786/> (21.05.2022) 5. Ярмоленко Ю. Японія може відіграти ключову роль у відбудові України: інтерв'ю із послом Сергієм

Солошенко Д. К.

Soloshenko D.

**СПІЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК ОДНА З ФОРМ МІЖНАРОДНОГО
ПРОНИКНЕННЯ
JOINT VENTURE AS ONE OF THE FORMS OF INTERNATIONAL
PENETRATION**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
магістрант кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: д.е.н., проф. Архієреєв С. І.
м. Харків, Україна*

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується інтенсивним розширенням міжнародної діяльності, що здійснюється шляхом взаємовигідного співробітництва суб'єктів господарювання між двома або більше країнами у сферах виробництва, торгівлі та послуг [1].

Величезний розмір світового ринку пропонує підприємствам великі можливості, тому багато підприємств вдаються до такого стратегічного кроку як міжнародне проникнення, щоб вийти на нові ринки, отримати доступ до ресурсів і знань і досягти зростання. Вихід на зовнішній ринок часто передбачає тривалий і складний процес, який вимагає в першу чергу визначення цілей і мотивації, а також проведення ретельного аналізу й оцінки можливостей. Щоб бізнес вийшов на зовнішній ринок, необхідно вирішити низку питань і досягти цілей, включаючи залучення нових клієнтів, зниження витрат і підвищення конкурентоспроможності, отримання переваги завдяки ключовій компетенції, зниження ризику за рахунок диверсифікації, підвищення ринкової капіталізації бізнесу тощо [2].

Серед різноманітних форм міжнародного проникнення на зарубіжні ринки виділяють таку форму, як спільне підприємство. Термін «спільне підприємство» у вітчизняній економічній літературі трактується як одна з форм міжнародного співробітництва, що є юридично закріпленою угодою між суб'єктами господарювання різних держав про утворення самостійної організаційної одиниці, в рамках якої партнери співпрацюють за домовленістю про часткове об'єднання наявних видів ресурсів, спільне виконання окремих видів діяльності, встановлений пропорційний розподіл прибутків і ризиків [3].

Спільні підприємства дозволяють фірмам отримувати доступ до додаткових ресурсів і можливостей одна одній, щоб досягти економії за рахунок обсягу та/або масштабу, а також розробляти нові продукти швидше, надійніше та дешевше, ніж це можна зробити, якщо фірма діє самостійно або шляхом придбання. У міжнародних спільних підприємствах місцеві партнери допомагають іноземним фірмам орієнтуватися в незнайомому бізнес

середовищі та політиці, а іноді підвищують довіру до фірми в очах місцевих споживачів.

Хоча СП не є єдиним засобом доступу до ресурсів іншої фірми, їм часто віддають перевагу перед ліцензуванням, контрактами та іншими стратегічними альянсами без участі акціонерного капіталу [4].

Спільні підприємства представляють складну та комплексну форму виробничої кооперації, яка ґрунтується на принципах спільної участі партнерів в капіталі, управлінні, розподілі прибутків та ризиків, та передбачає їх вищий інтерес виконувати взяті на себе зобов'язання. Спільні підприємства відтворюють переваги та користі, які мають інші форми кооперування, такі як підвищення технічного рівня продукції, конкурентоспроможності на ринку – швидший випуск продукції з меншими витратами на виробництво, прискорення науково-технічних робіт та впровадження нових розробок у виробництво, розширення експортного продажу на ринки інших країн тощо [5].

Існує кілька переваг використання спільних підприємств як форми міжнародної експансії. По-перше, такі підприємства можуть забезпечити компаніям доступ до нових ринків і клієнтів. Співпраця з місцевою організацією дозволяє отримати розуміння місцевого ринку, культури та ділових практик, що має велике значення для успішної діяльності в міжнародному бізнес-середовищі. Крім того, спільні підприємства надають можливість використовувати місцеві дистриб'юторські мережі, канали та відносини з клієнтами, що допомагає прискорити вихід на ринок і розширення бізнесу.

По-друге, спільні підприємства можуть дозволити компаніям використовувати додаткові переваги та ресурси. Спільні підприємства можуть допомогти розподілити ризики та витрати між партнерами, що особливо важливо в складному та непередбачуваному міжнародному бізнес-середовищі. Більше того, спільні підприємства сприяють навчанню та передачі знань між партнерами, що веде до поліпшення інноваційних можливостей та підвищення конкурентоспроможності.

Ще одна вагома перевага спільного підприємства – можливість поділу витрат. Співпраця в рамках спільного підприємства часто дозволяє його учасникам реалізувати проект, який жодна зі сторін не могла б собі дозволити реалізувати самостійно. Витрати на дослідження та розробку, працю та управління, дистрибуцію, постачання та адміністративні витрати можуть бути значно знижені відносно доходів для кожної зі сторін порівняно з витратами, які виникли б при окремому реалізації проекту кожною стороною. Крім того, можуть бути досягнуті економії масштабу, коли витрати на одиницю продукції можуть бути знижені завдяки досягненню ефективності на вищих рівнях спільного виробництва [6].

Незважаючи на переваги спільних підприємств, залишаються значні небезпеки, які необхідно ретельно розглянути, перш ніж розпочинати стратегію спільного підприємства.

Перша велика проблема полягає в тому, що спільні підприємства дуже важко інтегрувати в глобальну стратегію, яка передбачає значну транскордонну торгівлю. Це може призводити до проблем з внутрішнім та зовнішнім ціноутворенням, а також пошуком джерел експорту, зокрема на користь повністю належних дочірніх компаній в інших країнах.

Наприклад, глобальна компанія може мати інший підхід до ризику, ніж її місцевий партнер, і може бути готова приймати короткострокові збитки для збільшення ринкової частки, збільшення боргу або витрат на рекламу. Такі різні цілі можуть змінюватися з часом, особливо коли для глобальної компанії, що має доступ до ринку спільного підприємства, з'являються альтернативи в повністю належних дочірніх компаніях.

Однією з проблем щодо спільних підприємств є структура управління та кадрове забезпечення, зокрема в країнах, де поширене "кумівство" і де роботу можуть отримувати члени сімей партнерів або місцевих політиків, що займають впливові посади. Це може викликати конфлікт інтересів, де рішення, що найкращі для спільного підприємства, можуть суперечити стратегії та цілям акціонера глобальної фірми.

Нарешті, конфлікт між податковими інтересами партнерів є поширеною причиною краху спільного підприємства. Багатьох із них справді можна було б уникнути, якби вони були продумані заздалегідь, але такі проблеми рідко передбачають. Початкові втрати є однією з частих проблем, які виникають. Для капіталомістких підприємств характерно оприлюднення операційних збитків у перші кілька років через минулі списання, прискорену амортизацію та подібні фактори. Таким чином, якщо ці збитки можна пом'якшити за рахунок інших доходів місцевого виробництва, це може бути більш привабливим для місцевого партнера. Однак для отримання певних податкових пільг можуть знадобитися певні мінімальні вимоги до власності, що може суперечити цілям партнера ТНК [7].

Таким чином, спільні підприємства є однією з найуспішніших форм виходу на зарубіжні ринки з великим обсягом переваг, що виділяється серед інших засобів проникнення. Проте, цей вид експансії має свої недоліки та ризики, які слід враховувати компаніям перед тим як обирати створення спільних підприємств, як стратегію проникнення на зарубіжний ринок.

Література: 1. Колосов А. Особенности иностранного инвестирования в Украине. *Бизнес-информ.* 2007. Вип. 11. С. 11 – 15. 2. Закрижевська І. В. Особливості виходу фірми на міжнародні ринки. *Економічні науки: Вісник Хмельницького національного університету.* 2021. Вип. 6 (2). С. 211 – 215. URL : http://elar.khmnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11821/1/ЗАКРИЖЕВС_КА.pdf (дата звернення: 11.04.2023). 3. Дмитренко А. В. Роль спільних підприємств з іноземними інвестиціями у розвитку економіки України. *Економічний форум.* 2011. Вип. 3. С. 148 – 157. 4. Beamish, P., Lupton, N. Managing Joint Ventures: Academy of Management Perspectives. *Business Source Complete.* 2009. Vol. 23, No. 2. P. 75 – 94. DOI: 10.5465/amp.2009.39985542. 5. Крайніков О. В. Особливості діяльності спільних підприємств з іноземними інвестиціями. *Прикладні фінансово-економічні проблеми: Вісник Української академії банківської справи.* 2002. Вип. 2 (13). С. 84 – 87. URL : <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream->

download/123456789/55013/5/Krainikov_Osoblyvosti_diialnosti_spilnykh_pidpriumstv.pdf;jsessionid=CCB87941FE729E38A7A0D6FFD2A7A386 (дата звернення: 17.04.2023). 6. La Lande R.G. Key Benefits of Joint Venture. URL : <https://www.gibsondunn.com/wp-content/uploads/documents/publications/La-Lande-Key-Benefits-Joint-Venture.pdf> (last accessed: 17.04.2023). 7. Channon D.F., Sammut-Bonnici T. Joint Ventures. *Wiley Encyclopedia of Management*. 2015. Vol. 15. P. 1 – 3. DOI: 10.1002/9781118785317.weom120048.

УДК 339.92+339.94

Тимошенко І.В.¹, Рерук А.А.²

Tymoshenko I.V., Reruk A.A.

**ШЕРИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ
SHARING TECHNOLOGIES IN GLOBAL BUSINESS**

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

¹ д.е.н., проф., професор кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

*² студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
м. Харків, Україна*

Шерингова економіка являє собою таку економічну модель, яка ґрунтується на спільному використанні тих чи інших ресурсів певною групою економічних агентів (індивідів та/або їх організації) на основі певних технологій, таких, наприклад, як мобільні додатки та онлайн-платформи.

Хоча практика використання шерингових технологій є такою ж давньою, як і загалом практика спільної діяльності людей у людському суспільстві, у сучасному розумінні шерингова економіка сформувалася недавно. Це сталося в період 1990-х – 2000-х років. У 2000-ті роки відбулося теоретичне узагальнення практичного досвіду використання шерингових технологій та обґрунтування теоретичних засад дослідження шерингової економіки у роботах засновників і провідних теоретиків цього напрямку економічних досліджень, таких як: Рейчел Ботсман (Rachel Botsman), Ру Роджерс (Roo Rogers), Коул Ейнштейн (Cole Einstein), Кріс Сандстрем (Chris Sandström), Арнет Клепперт (Arnett Clappert). Дослідження в цій галузі спрямовані на вивчення ефективності та економічної вигідності шерингових моделей бізнесу, а також на аналіз факторів, що впливають на їх успішність та поширення у різних регіонах світу. В Україні, як і в інших країнах світу, дослідження у цій галузі проводяться не лише в академічних та наукових колах, а також у сфері бізнесу та консалтингу.

Відносно новим напрямом досліджень шерингової економіки є вивчення технологій шерингу в міжнародному бізнесі. Вагомий внесок у становлення цього наукового напрямку внесли такі вчені, як: Мартін Шрайер (Martin Schreier), Джуліет Шор (Juliet Schor), Андреа Флік (Andrea Flick), Натаніель Мартін (Nathaniel Martin). Серед досліджень вітчизняних авторів, присвячених цим проблемам, на особливу увагу заслуговують роботи таких вчених, як Л.

В. Мельник, О. І. Кравченко, С. М. Басараб, М. І. Кравченко, Н. В. Ковальчук, Р. В. Малинка.

В сучасних умовах шерингові технології займають суттєве місце в міжнародному бізнесі і є одним з напрямків, що найбільш динамічно розвиваються у сфері транспортної логістики та постачання для оптимізації доставки вантажів та зменшення витрат на логістику. Вони мають величезний потенціал для прискорення розвитку економіки України та підвищення її конкурентоспроможності на світовій арені.

Важливість та актуальність теоретичного дослідження технологій шерингу в міжнародному бізнесі визначається цілою низкою факторів та обставин, серед яких найбільш важливими є наступні:

– Економічна ефективність. Використання технологій шерингу може значно знизити витрати, пов'язані з виробництвом та експлуатацією активів. Це особливо актуально для міжнародних компаній, які мають працювати в умовах високої конкуренції та постійно шукати способи скорочення витрат.

– Нові можливості для бізнесу. Технології шерингу можуть створювати нові можливості для бізнесу, які раніше не були доступні. Наприклад, платформи для обміну житлом можуть допомогти туристичним компаніям пропонувати різноманітні послуги, а автомобільні платформи для шерингу можуть розширити можливості логістичних компаній.

– Гнучкість і адаптивність. Технології шерингу дозволяють компаніям бути більш гнучкими і адаптивними до умов ринку, що змінюються, і потреб клієнтів. Наприклад, якщо попит на певний тип автомобіля різко зростає, компанія, що використовує платформу для автомобільного шерингу, може швидко адаптуватися та запропонувати більше таких автомобілів для оренди.

– Підвищення екологічної відповідальності. Технології шерингу можуть допомогти зменшити негативний вплив бізнесу на довкілля. Наприклад, платформи для велошерингу можуть стимулювати використання екологічно чистих видів транспорту.

– Розробка нових бізнес-моделей. Технології шерингу можуть допомогти компаніям розробляти нові бізнес-моделі, що базуються на більш ефективному використанні ресурсів. Наприклад, компанія, що займається виробництвом автомобілів, може почати пропонувати послуги з каршерингу, що дозволить їй заробляти додатковий дохід та використовувати свої активи більш ефективно.

Найбільш важливими і перспективними напрямками дослідження шерингової економіки в Україні наразі є такі:

– У галузі транспорту. Аналіз впливу таких послуг, як каршеринг, на український транспортний ринок, громадський транспорт та довкілля; дослідження перспектив розвитку таких послуг в Україні та факторів, що можуть обмежувати їх розвиток.

– У сфері нерухомості: аналіз можливостей використання шерингових послуг у сфері нерухомості, таких як коворкінги, квартирні хостели, спільне використання офісів та інших приміщень.

– У сфері послуг: аналіз нових послуг та технологій, що ґрунтуються на шеринговій економіці, які можуть бути розроблені в Україні (наприклад, послуги зі спільного використання мобільних пристроїв або побутової техніки).

– У сфері регулювання шерингової економіки: дослідження правового та регуляторного фреймворку, необхідного для підтримки шерингової економіки в Україні; аналіз можливих перешкод для розвитку шерингової економіки та обґрунтування заходів для їх подолання.

– В галузі економічного аналізу економічних та соціальних наслідків шерингової економіки: аналіз впливу шерингової економіки на економічне зростання та зайнятість в Україні; вивчення соціальних наслідків та впливу на доступність послуг для населення; дослідження наслідків стану екології.

Незважаючи на досягнуті успіхи у теоретичному вивченні шерингової економіки, багато проблем її розвитку трактуються неоднозначно та є об'єктом наукових дискусій. Серед них:

– Роль уряду у регулюванні шерингової економіки. Які мають бути заходи державного контролю та регулювання, щоб забезпечити безпеку та захист прав споживачів, а також врівноважити інтереси різних учасників ринку?

– Роль технологічних підприємств у розвитку шерингової економіки. Які можуть бути інноваційні рішення, які допоможуть покращити сервіс та зробити його більш ефективним та доступним?

– Економічні наслідки шерингової економіки. Які будуть економічні наслідки, якщо шерингова економіка замінить традиційні бізнес-моделі? Якими будуть наслідки для зайнятості, доходів та економічної стабільності?

– Питання безпеки та відповідальності у шеринговій економіці. Яких заходів слід вжити, щоб забезпечити безпеку та відповідальність учасників ринку, а також захистити права споживачів та виробників?

– Питання про справедливість та рівність у шеринговій економіці. Як шерингова економіка впливає на розподіл доходів та можливості для різних груп населення? Яких заходів можна вжити, щоб справедливо розподілити вигоди шерингової економіки?

Ці та інші дискусійні питання є важливими для розуміння того, як шерингова економіка взаємодіє з суспільством і як вона може бути покращена та оптимізована для досягнення найкращих результатів для всіх її учасників.

Щоб подолати перешкоди та прискорити розвиток шерингових технологій ведення міжнародного бізнесу, в Україні мають бути реалізовані такі завдання:

– Створення сприятливого правового та регуляторного середовища. Вжити заходів для створення сприятливого правового та регуляторного середовища для шерингових технологій, що дозволить створити стабільний бізнес-клімат та залучити більше інвестицій. Ухвалити закони та інші нормативні акти, які встановлюють правила гри для компаній, що працюють у сфері шерингових технологій.

– Розвиток цифрової інфраструктури. Розвивати цифрову інфраструктуру (будівництво та модернізація мереж зв'язку, розширення доступу до високошвидкісного інтернету, розвиток цифрових платформ тощо).

– Підтримка стартапів та інноваційних проєктів, що використовують шерингові технології ведення міжнародного бізнесу. Створити фонди та програми підтримки, які можуть надати фінансування та допомогу у розвитку бізнесу.

– Навчання та перекваліфікація кадрів. Розвивати напрями та форми навчання та перекваліфікації кадрів у таких галузях, як розробка програмного забезпечення, маркетинг, фінанси.

– Підвищення обізнаності громадян України щодо продуктів шерингових компаній та популяризація їх пропозицій у засобах масової інформації.

УДК 314.06:303.446

Тимошенко І. В.¹, Нащекіна О. М.²

Timoshenko I., Nashchekina O.

**ОЦІНКА ТІСНОТИ ФАКТОРІВ ВІДТВОРЕННЯ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ
У МІЖНАРОДНИХ ПОРІВНЯЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ
ASSESSMENT OF THE STRENGTH OF THE RELATIONSHIP
BETWEEN
FACTORS OF SOCIAL REPRODUCTION IN INTERNATIONAL
COMPARATIVE STUDIES**

*¹ д.е.н., проф., професор кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії,*

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,

² к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри менеджменту,

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків, Україна*

Комплементарні тенденції подальшого поглиблення глобалізації та бурхливого розвитку інформаційних та комунікаційних технологій зумовили об'єктивне зростання уваги наукової спільноти до міжнародних порівняльних досліджень соціально-економічного розвитку країн світу.

При цьому слід зауважити, що, незважаючи на суттєві досягнення у розвитку методології та практики міжнародних порівняльних досліджень, багато проблем у цій галузі продовжують носити дискусійний характер і потребують подальшого дослідження.

Цьому вельми актуальним є завдання оцінки тісноти зв'язку чинників, що є найважливішими результуючими характеристиками розвитку людського суспільства, а саме – тривалістю людського життя, диференціацією доходів і загальною задоволеністю членів суспільства своїм існуванням або відчуттям ними щастя.

Аналіз тісноти зв'язку цих факторів, виконаний на основі даних офіційної міжнародної статистичної інформації (див. табл. 1), дозволив обґрунтувати такі висновки:

- між індексом щастя та тривалістю життя існує сильна позитивна кореляція ($r=0.8$);

- у той же час кореляція між індексом щастя та коефіцієнтом Джині – негативна та слабка ($r= - 0.33$).

Графічна візуалізація отриманих результатів представлена на Рисунок 1.

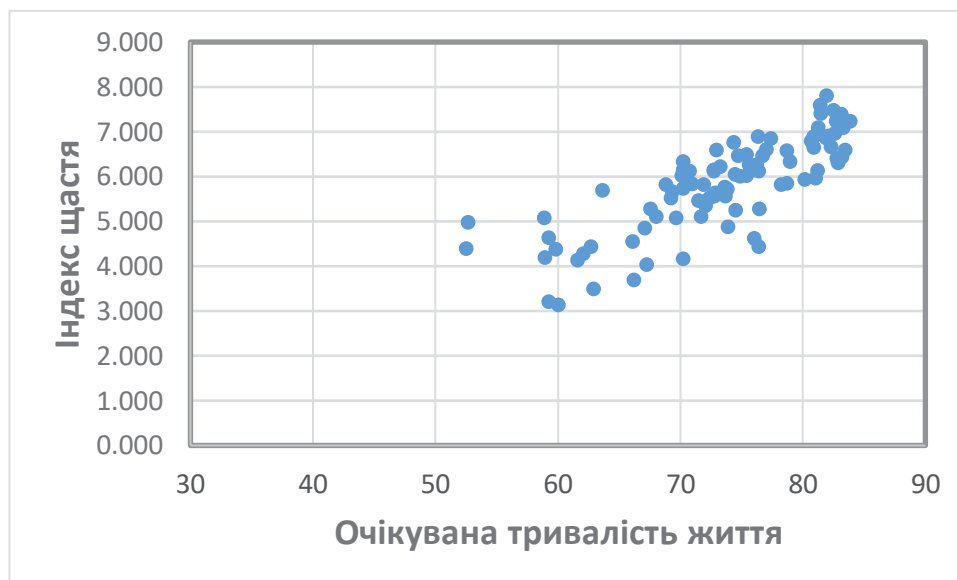


Рисунок 1 – Кореляція між індексом щастя та тривалістю життя
Джерело: розроблено авторами за джерелами [1, 2].

Таблиця 1 – Нерівність доходів, очікувана тривалість життя і рівень щастя країн світу

Країна	Індекс Джині 2020 - 2022	Очікувана тривалість життя, років, 2021	Світовий індекс щастя 2020 - 2022
2	3	4	5
Албанія	29,4	76,46	5,277
Аргентина	42,0	75,39	6,024
Вірменія	27,9	72,04	5,342
Австралія	34,3	83,30	7,095
Австрія	29,8	81,24	7,097
Бельгія	26,0	81,89	6,859
Бенін	37,8	59,82	4,374
Болівія	40,9	63,63	5,684
Бразилія	52,9	72,75	6,125
Болгарія	40,5	71,51	5,466
Буркіна Фасо	47,3	59,27	4,638
Канада	32,5	82,60	6,961
Чад	37,5	52,53	4,397
Чилі	44,9	78,94	6,334
Китай	38,2	78,21	5,818

Колумбія	51,5	72,83	5,630
Коста-Ріка	48,7	77,02	6,609
Хорватія	29,5	76,42	6,125
Кіпр	31,7	81,20	6,130
Чехія	26,2	77,37	6,845
Данія	27,5	81,40	7,586
Домінікана	38,5	72,81	5,569
Еквадор	45,8	73,67	5,559
Єгипет	31,9	70,22	4,170
Сальвадор	39,0	70,75	6,122
Естонія	30,7	76,74	6,455
Фінляндія	27,1	81,93	7,804
Франція	30,7	82,32	6,661
Гамбія	38,8	62,08	4,279
Грузія	34,2	71,69	5,109
Німеччина	31,7	80,90	6,892
Греція	33,6	80,18	5,931
Гвінея	29,6	58,89	5,072
Гондурас	48,2	70,12	6,023
Угорщина	29,7	74,47	6,041
Індія	35,7	67,24	4,036
Індонезія	37,9	67,57	5,277
Іран	40,9	73,88	4,876
Ірландія	29,2	82,10	6,911
Ізраїль	38,6	82,50	7,473
Італія	35,2	82,80	6,405
Казахстан	27,8	70,23	6,144
Киргизстан	29,0	71,90	5,825
Лаос	38,8	68,06	5,111
Латвія	35,7	73,28	6,213
Литва	36,0	74,34	6,763
Люксембург	33,4	82,75	7,228
Малаві	38,5	62,90	3,495
Малайзія	41,2	74,88	6,012
Малі	36,1	58,94	4,198
Мальта	31,4	82,86	6,300
Мексика	45,4	70,21	6,330
Молдова	25,7	68,85	5,819
Монголія	32,7	70,98	5,840
Чорногорія	36,8	73,82	5,722
Нідерланди	26,0	81,46	7,403
Нігерія	35,1	52,68	4,981
П. Македонія	33,5	74,54	5,254
Норвегія	27,7	83,16	7,315
Пакистан	29,6	66,10	4,555
Панама	50,9	76,22	6,265
Парагвай	42,9	70,26	5,738
Перу	40,2	72,38	5,526
Філіппіни	40,7	69,27	5,523
Польща	28,8	75,60	6,260

Португалія	34,7	81,07	5,968
Румунія	34,6	72,96	6,589
Росія	36,0	69,36	5,661
Сенегал	38,1	67,09	4,855
Сербія	35,0	72,73	6,144
Сьєрра-Леоне	32,1	60,06	3,138
Сінгапур	35,7	83,44	6,587
Словаччина	23,2	74,71	6,469
Словенія	24,0	80,88	6,650
Іспанія	34,9	83,18	6,436
Шрі Ланка	37,7	76,40	4,442
Швеція	28,9	83,16	7,395
Швейцарія	33,1	83,85	7,240
Танзанія	40,5	66,20	3,694
Таїланд	35,1	78,72	5,843
Йти	42,4	61,62	4,137
Туреччина	41,9	76,03	4,614
Уганда	42,7	62,71	4,432
Україна	25,6	69,65	5,071
ОАЕ	26,0	78,71	6,571
Великобританія	32,6	80,70	6,796
США	39,7	76,33	6,894
Уругвай	40,8	75,44	6,494
В'єтнам	36,8	73,62	5,763
Зімбабве	50,3	59,25	3,204

Джерело: [1, 2, 3].

Представлені результати підтверджують, що між щастям і тривалістю життя існує позитивний зв'язок, проте конкретні чинники, які пояснюють цей зв'язок, мають бути предметно встановлені стосовно різних країн і культур.

Ймовірно, у деяких країнах зв'язок між щастям та тривалістю життя може бути пов'язаний з доступністю медичної допомоги, в інших – з якістю навколишнього середовища або рівнем соціальної підтримки та захисту населення. Тому з'ясування та аналіз цих факторів може бути визначений як актуальний і перспективний напрям подальшого розвитку розглянутих нами питань.

Література: 1. Life expectancy at birth, total (years). *The World Bank*. URL: https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.LE00.IN?name_desc=true (date of access: 06.04.2023). 2. World Happiness Report 2023. URL: <https://worldhappiness.report/> (date of access: 06.04.2023). 3. Gini index. *The World Bank*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI> (date of access: 06.04.2023).

СЕКЦІЯ IV
ГАЛУЗЕВІ ПЕРЕТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

УДК 658.114.3:005.591.3:663.97:316.346.36"1996/2010

Дерід І.О.¹, Петрик А. О.²

Derid I., Petryk A.

**ЯК СПЕЦИФІКА ПОКОЛІННЯ ЗУМЕРІВ ВПЛИТАЄТЬСЯ В
ПОЛІТИКУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ PHILIP MORRIS
HOW THE SPECIFICITY OF GENERATION Z IS INVOLVED IN
PHILIP MORRIS COMPANY'S SUSTAINABLE
DEVELOPMENT POLICY**

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

*¹к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії*

*²магістрантка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,
м. Харків, Україна*

Сьогодні, щоб бути «у тренді», бізнес інтегрує сталий (стійкий) розвиток у свою повсякденну діяльність. Для компаній стає важливим бути «стійкими», тобто побудувати роботу так, аби не мати негативного впливу на довкілля чи суспільство. Отже, зазвичай компанія враховує екологічні, економічні і соціальні фактори. До прикладу, використання лише безпечних матеріалів у процесі виробництва, оптимізація ланцюгів постачання для зменшення викидів парникових газів, спонсорство освітніх фондів для молоді, піклування про здоров'я населення. Така «турбота» є привабливою як для інвесторів, так і для споживачів [1].

Philip Morris International (PMI) як одна із величезних міжнародних компаній спрямовує на розвиток стійкості бізнесу величезні зусилля, що є важливим для тютюнової компанії, яка прагне вести безпечний бізнес. У стратегії розвитку PMI міститься 11 головних цілей, пов'язаних із сталим розвитком, яких вони прагнуть досягти до кінця 2025 року. Наприклад, прискорити зниження кількості курців традиційних сигарет, розробити кращі альтернативи для тих споживачів, які не можуть відмовитися від паління [2]. Варто зазначити, що PMI третій рік поспіль отримує престижну оцінку CDP (Climate, forest, water) за лідерство у сфері сталого розвитку [3].

Замислитися над необхідністю стратегії сталого розвитку бізнес вимагають споживачі нового покоління – покоління Z (зумерів). Сьогодні покоління зумерів включає приблизно 32% населення світу. Досягнувши повноліття і починаючи приймати рішення про покупки для своїх сімей та майбутнього, представники цього покоління керуються специфічними принципами, які компанії повинні розуміти. Глибоко занурюючись у дані, зібрані про покоління зумерів, їхні бажання та вимоги, компанії можуть приймати обґрунтовані рішення про те, як завоювати довіру та лояльність цього нового покоління споживачів і відповідати їхнім очікуванням, коли йдеться про етичне споживання. Згадаємо, що міленіали, як правило,

визначаються як покоління, яке народилося між 1981 і 1996 роками, були першим поколінням, яке виросло в епоху Інтернету. Це покоління глобалізованої молоді вважається вихідцем із цифрових технологій і саме воно підштовхнуло попередні покоління до світу, де ви можете робити все онлайн: від покупки продуктів до зустрічі з майбутнім чоловіком. Наступне покоління – зумери (народжені між 1997 і 2012 роками) – вивело цифрову грамотність на новий рівень. Покоління зумерів народилося після масового впровадження Інтернету, і пересічний американський зумер отримав свій перший смартфон до свого дванадцятого дня народження. Покоління зумерів більше хвилюється за майбутнє, ніж будь-яке попереднє покоління. У ранньому віці, піддавшись невинному 24-годинному циклу новин 21-го століття, збільшеному нескінченною кількістю публікацій і платформ, на яких можна споживати інформацію, покоління зумерів стало жертвою шквалу інформації. Виховане таким чином, як жодне покоління раніше, покоління зумерів було свідком (добровільно чи мимоволі) корупції та неетичних ділових операцій установ і компаній у всьому світі. Згідно з результатами масштабного опитування Pew Research Center, орієнтованого на США, 76% респондентів покоління зумерів кажуть, що зміна клімату є однією з найбільших проблем для них, тоді як 37% сказали, що це «найголовніше для них особисто». Те саме опитування показало, що покоління зумерів активніше, ніж попередні покоління, у вирішенні цієї проблеми, оскільки 32% брали участь принаймні в одній екологічній акції за останній рік, а 83% представників покоління зумерів хочуть, щоб бренди займали активну позицію щодо соціальних питань. Також 73% цього покоління купують лише ті бренди, яким вони вірять, і 70% зазначають, що намагаються купувати товари в компаніях, які вважають етичними. Отже, щоб стати брендом, який вибирає покоління зумерів, компаніям потрібно не лише говорити, але й діяти відповідно до етичних стандартів [4].

В контексті такої поведінки зумерів, ми вирішили дослідити також проблему споживання товарів для паління. Хоча за три десятиліття з 1999 року частка щоденних курців зменшилася, використання вейпінгу розвивається в протилежному напрямку. Вейпінг став дуже привабливим завдяки соціальним мережам і особливо Instagram і TikTok, адже покоління зумерів, що є активними користувачами цих соціальних мереж, є найбільшими споживачами електронних сигарет [5]. Наразі хештег #elfbar має 697 мільйонів переглядів у TikTok, а #vaping – 1,6 мільярда переглядів. У Великій Британії з січня 2021 року по січень 2022 року відсоток вейперів, які використовували одноразові вейпи, зріс у 14 разів, що було найбільш виражено серед молоді: використання одноразових вейпів серед 18-річних вейперів зросло з 0,89 % до приголомшливих 56,7%, тоді як серед 45-річних вейперів використання одноразових товарів зросло з 1,3% до 6,2% [6].

Позиція Philip Morris International стосовно альтернатив курінню полягає в тому, що компанія спрямовує величезні інвестиції на розвиток цілого ряду продуктів, які можуть замінити традиційні сигарети. Головний

посил полягає у тому, щоб забезпечити відмову від тютюнового диму на користь вейпу, IQOS або інших типів девайсів. У 2020 році на бездимну продукцію компанії припадала майже чверть чистого доходу компанії, тоді як у 2015 році цей показник був ще практично нульовим. Розробка бездимної продукції розглядається компанією як завдання, пов'язане зі зменшенням шкоди від використання тютюнових виробів, впливу на навколишнє середовище та суспільство. РМІ прагне повністю замінити традиційні сигарети продуктами, які виключають горіння, а саме такими, що нагрівають тютюн та випаровують аерозоль з нікотином. РМІ дотримується концепції, що така продукція є кращою альтернативою для здоров'я повнолітніх курців ніж продовження куріння сигарет. Компанія прагне, щоб до 2025 року понад 40 мільйонів повнолітніх курців, які не готові відмовитися від цієї звички, перейшли на бездимні продукти РМІ. При цьому, частка такої продукції, за прогнозом, становитиме 50% чистого річного доходу компанії. Щоб не припустити паління неповнолітніми, у серпні 2020 року РМІ запустила в Новій Зеландії IQOS VEEV, який був першим електронним пристроєм, оснащеним технологією перевірки віку. В планах компанії було обладнати всі прилади такою технологією [7].

Таким чином, виробники електронних сигарет та систем нагрівання тютюну стверджують, що вони більш безпечні для здоров'я. Проте серед вчених єдині думки немає. IQOS та інші подібні пристрої взагалі не використовують технологію горіння. Гаджети нагрівають тютюн до 350°C, що починає його випаровування, отже курці вдихають разом із тютюном тільки пар. Проте це не гарантує абсолютної безпеки такого способу куріння. Крім того, якщо говорити про вейпи, то хімічна речовина – формальдегід, що входить до їх складу, є небезпечною. При вдиханні сумішей електронних сигарет утворюється карбоксигемоглобін, який надходить в клітини організму замість кисню. В майбутньому це може спровокувати виникнення серцево-судинних захворювань, підвищення артеріального тиску, серцеву недостатність. Отже, більшість дослідників відзначають, що незважаючи на відсутність продуктів горіння, які є найбільш небезпечними компонентами у складі звичайних сигарет, вейпи та системи нагрівання тютюну також несуть шкоду, спричиняючи захворювання легень та серця, а головне – нікотинову залежність [8]. Дослідження довгострокового впливу систем для нагрівання тютюну та вейпів на здоров'я людини ще тривають.

При цьому, у Великобританії, де діють суворі закони проти куріння та надзвичайно дорогі сигарети, уряд намагається боротися із курінням не тільки цінами, але й переключенням споживачів на потенційно менш небезпечну нікотинову продукцію. Public Health England ще в 2015 р визнав, що вейпи на 95% менш шкідливі, ніж традиційні сигарети. Щороку цей орган публікує звіти по вейпінгу. Згідно зі звітом 2021 року вейпінг в Англії став найпопулярнішим і найуспішнішим способом кинути палити. За даними звіту, рівень успішності повної відмови від куріння при використанні вейпінгу зріс з 59,7% в 2019 р. до 74% в 2020 р. Крім того, з 2020 року британське МОЗ

розв'язало лікарів прописувати вейпінг для відмови від куріння [9]. Проблемою, на нашу думку, тут є підміна понять: «відмова від паління», але «використання вейпінгу». Чи це є це реальною відмовою від паління? При цьому, у більшості публікацій з проблем куріння вейпи та системи нагрівання тютюну називають не інакше як «нові вироби для куріння». Візьмемо визначення вейпінгу як популярної альтернативи нікотину, яка відтворює паління за допомогою пристрою, відомого як електронна сигарета або випарник, і ароматизованої супутньої рідини, що *містить нікотин*, яка зберігається або в попередньо заповненому картриджі, або в багаторазовому резервуарі [10]. І згадаємо усім відому приказку: «крапля нікотину вбиває кобилу».

При цьому, якщо вейпінг дійсно допомагає відмовитися від паління звичайних сигарети тим, хто самотійно не міг кинути, то із даних про кількість вейперів серед молодого покоління, в тому числі Великобританії, стає зрозумілим, що молоде покоління починає паління саме з вейпів і залишається вірним цій звичці.

Антимонопольний комітет України навіть розпочав розслідування проти РМІ через, поширення, начебто, непідтвердженої інформації про менший ризик для здоров'я від IQOS порівняно зі звичайними тютюновими сигаретами. Підставою для порушення справи стало звернення споживача, у якому йшлося про те, що впродовж 2018-2021 років він вживав IQOS, вважаючи що це є безпечнішим для здоров'я ніж звичайні сигарети, та не знайшов належних підтверджень правдивості цієї інформації від розробника IQOS. Відтак АМКУ вбачив у діях виробника IQOS ознаки порушення, передбаченого статтею 151 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», а саме – поширення інформації, що вводить в оману [11].

В свою чергу, пресслужба компанії «Філіп Морріс Україна» відзначила, що твердження, які виробник IQOS застосовує у рекламі, були й залишаються достовірними та підтвердженими науково: «Існують численні докази, які підтверджують, що попри те, що IQOS не позбавлений усіх ризиків, він є кращою альтернативою продовженню палити. Такі докази містять ґрунтовні лабораторні дослідження і 10 клінічних досліджень компанії, так само як і численні незалежні дослідження, зокрема державних установ кількох країн ЄС, таких як Німеччина, Бельгія і Нідерланди» [12].

Таким чином ми бачимо з заяви, що компанія «Філіп Морріс Україна» знову ж таки використовує слово «палити» тільки по відношенню до звичайних сигарет. При цьому, на сайті РМІ відзначено наступне: «Насправді токсини і канцерогени тютюнового диму є основними причинами захворювань, пов'язаних з курінням. Нікотин є однією з причин, чому люди курять, наряду зі смаком та ритуалом. Для того, щоб повнолітні курці перейшли на менш шкідливі альтернативи сигаретам, ці продукти повинні містити нікотин. Саме тому, ми зосереджені на розробці продуктів, що містять ароматний аерозоль, насичений нікотином, але з набагато нижчим рівнем шкідливих речовин, ніж у тютюновому димі. Хоч ці продукти є кращою

альтернативою курінню, найкраще для здоров'я – це кинути курити або зовсім не починати» [13].

Таким чином, якщо РМІ та інші тютюнові компанії реально бажають дотримуватися принципів сталого розвитку, їм тепер слід сконцентрувати свої зусилля на тому, щоб молоді зумери не починали вживання нікотину, використовуючи їхні продукти. В Україні серед підлітків 13-15 років 14,9% вживають тютюнові вироби, практично кожен п'ятий підліток є теперішнім споживачем електронних сигарет; майже половина хоча б раз в житті вживали тютюнові вироби; 40% хоча б раз курили електронні сигарети [14].

Борці із палінням не перестають використовувати у своїй полеміці давнє висловлювання адміністрації РМІ: «Сьогоднішній підліток є нашим потенційним клієнтом завтра. Нам потрібно вивчати моделі поведінки підлітків. Це дозволить робити наші рекламні кампанії ефективнішими» [14]. Не зважаючи, що висловлювання досить давнє, нинішня концепція корпоративної соціальної відповідальності РМІ через нього доволі сильно страждає. Борці із палінням вважають, що соціально відповідальним кроком тютюнових компаній може стати відмова від використання в своїй продукції різноманітних смакових домішок (наприклад, ментолу, полуниці, шоколаду, ванілі тощо) для маскуванню неприємного смаку тютюну та створення ілюзії про менший ризик для здоров'я; перестати використовувати привабливий дизайн упаковки тютюнових виробів, щоб не приваблювати молодь [14].

З 1 липня 2022 р. відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження обігу підакцизних товарів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння та посилення контролю за продажем таких товарів» електронні сигарети (ТВЕНи, glo, IQOS) прирівнюються до «тютюнових виробів». Їх заборонено рекламувати, а упаковки таких сигарет мають містити медичні попередження про шкоду для здоров'я [15]. Можливо, зміна пакування та зупинка реклами дійсно зможе зменшити привабливість вейпів для неповнолітніх.

Покоління зумерів є специфічним не тільки в контексті споживчої поведінки, але і як робоча сила. Порівняно з поколінням міленіалів покоління зумерів більш конкурентоспроможне, незалежне. Співробітники, які належать до покоління зумерів, ніколи не обходилися без Інтернету чи соціальних мереж, їм комфортно працювати з технологіями, які швидко змінюються. Вони швидко впорядковують процеси, менше вагаються спробувати щось нове [16]. Представники покоління зумерів більш вимогливі до працедавців. 1 з 3 представників покоління зумерів погодився, що відмовився б від можливостей працевлаштування, якби компанія не дотримувалась екологічних та етичних принципів, а 54% повідомили, що готові піти на скорочення зарплати, якби це мало вплив на принципи стійкості [17].

Philip Morris активно підтримує та заохочує покоління зумерів до працевлаштування у компанію, вбачаючи у них великі зміни у свідомості та мисленні. Такі потенційні працівники прискорюють розвиток інклюзивної культури, цінують різноманітність і баланс роботи та особистого життя [18].

Таким чином, покоління зумерів розглядає Philip Morris як компанію для працевлаштування, адже вона відповідає багатьом критеріям сталого розвитку, так само як і компанія активно співпрацює із поколінням зумерів, інтегруючи їх в інклюзивне робоче середовище. При цьому, якщо потенційні працівники із покоління зумерів таки усвідомлять ризики від привабливості нової продукції для куріння для більш молодих представників покоління зумерів, то це може відобразитися на їх бажанні працевлаштування та на лояльності до тютюнових компаній. Тому, якщо РМІ заявляє, що «наша мета – замінити сигарети на бездимні продукти в інтересах повнолітніх споживачів, які інакше *продовжували б курити*», то, зважаючи на те, що статистика доводить – підлітки таки *починають вживати* нову електронну продукцію компанії *до досягнення повноліття*, РМІ має більше сконцентруватися в стратегії свого сталого розвитку на застосуванні технологій, які б не допускали споживання неповнолітніми, а також переглянути свою маркетингову концепцію, щоб вона реально жодним чином не приваблювала неповнолітніх.

Література: 1. What does “sustainability” mean in business? *Harvard Business School Online* : website. URL: [_](#). Our approach to sustainability. *Philip Morris International*: website. URL: <https://www.pmi.com/sustainability/our-approach-to-sustainability> (Last accessed: 01.04.2023) 3. PMI receives prestigious CDP “triple-A” score for sustainability leadership for the third consecutive year. *Philip Morris International*: website. URL: <https://www.pmi.com/sustainability/PMI-receives-prestigious-CDP-triple-A-score-for-sustainability-leadership-for-the-third-consecutive-year> (Last accessed: 03.04.2023) 4. Gen Z buyers: the future is ethical consumption. *Maersk* : website. URL: <https://www.maersk.com/insights/growth/gen-z-buyers-the-future-is-ethical-consumption> (Last accessed 05.04.2023) 5. Lopez J. Bubblegum and nicotine: How Big Tobacco hooked Gen Z. *Newsworthy*: website. URL: <https://www.newsworthy.org.au/vaping-genz-big-tobacco-comeback-2657783735.html> (Last accessed: 01.04.2023) 6. O’Kane A. Vaping is heralded as the ‘healthier’ alternative to smoking, but what’s the truth behind the soaring trend that has Gen-Z hooked? *Glamourmagazine*: website. URL: <https://www.glamourmagazine.co.uk/article/vaping-elf-bars> (Last accessed: 07.04.2023) 7. РМІ планує до 2023 року обладнати 100% електронних бездимних пристроїв технологією перевірки віку – Інтегрований звіт *Philip Morris International*: website. URL: <https://www.pmi.com/markets/ukraine/uk/media-center/details/pmi-age-verification-plans> (дата звернення: 01.04.2023) 8. Шкідливість паління: цигарки, айкос, електронні сигарети. *Здорові люди*: веб-сайт. URL: <https://zdoroviludy.com/tpost/g2y61ored1-shkdlivst-palnnnya-tsigarki-aikos-elektro> (дата звернення: 05.04.2023) 9. У Великобританії все активніше переключають курців зі звичайних сигарет на електронні. *Молодий буковинець*: веб-сайт. URL: <https://molbuk.ua/news/249153-u-velykobrytanii-vse-aktyvnishe-perekluchaut-kurciv-zi-zvychainykh-sygaret-na-elektronni.html> (дата звернення: 04.04.2023) 10. Що таке вейпінг та його небезпека? *Cloudy*: website. URL: <https://cloudy.com.ua/news/chto-takoe-veyping-i-ego-opasnost> (дата звернення: 07.04.2023) 11. Скрипін В. Антимонопольний комітет порушив справу проти Philip Morris через навмисне применшення шкідливості IQOS. *IT Comunity*: website. URL: <https://itc.ua/ua/novini/antymonopolnyj-komitet-porushyv-spravu-proty-philip-morris-cherez-navmysne-prymenshennya-shkidlyvosti-iqos/> (дата звернення: 07.04.2023) 12. "Філіп Морріс" спростовує заяву АМКУ і пропонує перевірити результати досліджень. *Інформаційне агентство "Інтерфакс-Україна* : веб-сайт. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/882836.html>. (дата звернення: 07.04.2023) 13. Роль нікотину. *Philip Morris International*: website. URL: <https://www.pmi.com/markets/ukraine/uk/science-and-innovation/the-role-of-nicotine> (дата

звернення: 01.04.2023) 14. 10 причин писати про контроль над тютюном. *Центр громадського здоров'я*. URL: https://center-life.org/wp-content/uploads/2020/08/Manual_Mass-Media_FINAL.pdf (дата звернення: 01.04.2023) 15. В Україні вступив у дію закон, що забороняє рекламу сигарет для нагрівання. *Детектор Медіа*: веб-сайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/200659/2022-07-02-v-ukraini-vstupyv-u-diyu-zakon-shcho-zaboronyaie-reklamu-sygaret-dlya-nagrivannya/> (дата звернення: 06.04.2023) 16. Here's what employers need to know about Generation Z. *World Economic Forum*: website. URL: https://www.weforum.org/agenda/2017/06/heres-what-employers-need-to-know-about-generation-z?DAG=3&gclid=Cj0KCOjwIPWgBhDHARIsAH2xdNfqrEAngzJ2csjuIZE6e-ra7jLyqEdO4di8Mu2gXakwT04Zlm7qyQ0aAgGrEALw_wcB (Last accessed: 07.04.2023) 17. Chilvers E. Gen-Z are pushing for a greener approach to work and business sustainability: employers take note! *Engage*: website. URL: <https://www.engagehealthgroup.co.uk/gen-z-are-pushing-for-a-greener-approach-to-work-and-business-sustainability-employers-take-note/> (Last accessed: 07.04.2023) 18. Alexander Fleischmann, Josefine van Zanten. Inclusive Future. 2022 Summary. *Philip Morris International*. URL: https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/inclusive-future/inclusive_future_summary.pdf?sfvrsn=ad9fa6b7_2 (Last accessed: 07.04.2023)

УДК 338.4

Белименко О.С., Єфімова К.В.

Belimenko O., Yefimova Y.

**ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ БІОМАСИ В
ЕНЕРГЕТИЦІ УКРАЇНИ**

**PROSPECTS AND DIRECTIONS OF THE USE OF BIOMASS IN THE
ENERGY SECTOR OF UKRAINE**

*Харківський національний педагогічний університет Г.С. Сковороди
студенти кафедри математики
науковий керівник: к.е.н., професор Зеленько О.О.
м. Харків, Україна*

На сьогоднішній день проблеми в енергетичному секторі є одними із найбільш гострих питань економічної діяльності людства. Через те, що населення збільшується кожен рік, зростають обсяги використання енергії та палива для її виробництва. Значна частина проблем вирішується виключно за допомогою раціонального застосування енергетичних ресурсів планети. Іншою, не менш важливою, проблемою є зміна клімату, яка пояснює необхідність зниження використання традиційних видів палива, заради зменшення кількості шкідливих викидів в атмосферу. Для України важливим, також, є зменшення залежності від імпорту традиційних енергоресурсів, що розглядається як важливе питання національної безпеки.

Згідно положень закону України «Про альтернативні види палива»: Біомаса – невикопна біологічно відновлювана речовина органічного походження, здатна до біологічного розкладу, у вигляді продуктів, відходів та залишків лісового та сільського господарства (рослинництва і тваринництва), рибного господарства і технологічно пов'язаних з ними галузей промисловості, а також складова промислових або побутових відходів, здатна до біологічного розкладу [1].

Розрізняють сільськогосподарську, лісову біомасу та біовідходи. В основі біомаси лежать органічні сполуки вуглецю (деревина, солома, рослинні залишки сільськогосподарського виробництва, гній тощо). Під час спалювання дані сполуки з'єднуються з киснем і виділяють тепло. Біомаса є екологічно чистим паливом і не впливає на проблему глобального парникового ефекту. Також, до її переваг відносять невичерпність джерел сировини, вирішення проблем комплексного використання відходів у сільському господарстві, деревообробній галузі, меншу собівартість у порівнянні з природним газом та іншими традиційними енергоносіями [5]. Саме тому багато країн світу у якості відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) за основу використовують біомасу. Вона посідає четверте місце у світі за значенням палива і дає понад понад 2 млрд. т у.п. енергії на рік, а це приблизно 14% загального споживання первинних енергоносіїв у світі [2, с.26].

До методів одержання енергії біомаси відносяться:

- спалювання сировини рослинного походження (дерево, солома, лушпиння соняшника, тощо);
- піроліз (суха перегонка). Процес, при якому деревину, вугілля, міське сміття частково спалюють без доступу повітря;
- газифікація (штучний піроліз при якому відбувається перетворення твердого або рідкого палива на газ);
- гідрогенізація. Подрібнену, або переварену БМ, що розкладалася, нагрівають в атмосфері водню до температури 600°C при тиску 5 МПа (50 атм). Отримують горючі газ, які переважно містять метан;
- отримання метанолу і етанолу [4, с.10].

Згідно даних Біоенергетичної асоціації України біомаси в Україні достатньо, щоб замінити весь імпорту газу, вугілля та бензину. Аналізуючи дані з наведеної таблиці можна зробити висновок, що потенціал енергії з біомаси складає 23 мільйони тонн нафтового еквіваленту[3].

Таблиця 1 - «Енергетичний потенціал біомаси в Україні»

Вид біомаси	Теоретичний потенціал, млн тонн	Потенціал доступний для енергетики	
		Частка теоретичного потенціалу	млн т н.е
Солома зернових	32,8	30	3,36
Солома ріпаку	4,9	40	0,68
Побічні продукти кукурудзи на зерно (стебла, стрижні)	46,5	40	3,56
Побічні продукти соняшника (стебла, корзинки)	26,9	40	1,54

Вторинні відходи с/г (лушпиння соняшника)	2,4	100	1,00
Деревна біомаса (дрова, порубкові залишки, деревні відходи)	8,8	96	2,06
Деревна біомаса (сухостій, деревина із захисних лісосмуг)	8,8	45	1,02
Біодизель (з ріпаку)	-	-	0,39
Біоетанол (з кукурудзи і цукрового буряку)	-	-	0,82
Біогаз з агровідходів	1,6 млрд м ³ СН ₄	50	0,68
Біогаз з полігонів твердих побутових відходів	0,6 млрд м ³ СН ₄	34	0,18
Біогаз зі стічних вод	1,0 млрд м ³ СН ₄	23	1,19
Енергетичні культури: верба, тополя, міскантус (1 млн га*)	11,5	100	4,88
Енергетичні культури: кукурудза на біогаз (1 млн га*)	3,0 млрд м ³ СН ₄	100	2,58
Всього	-	-	23

*За умови вирощування на 1 млн га незадіяних сільськогосподарських земель
Джерело: [3]

Щодо основних напрямів використання біомаси в Україні, то фахівці виділяють три види:

1. Індивідуальне теплопостачання. Представляє собою потреби в опаленні, постачанню гарячої води, приготуванні їжі. Із видів палива застосовують: дрова, брикети, пелети, солому.
2. Централізоване теплопостачання. Мається на увазі опалення та гаряче водопостачання, виробництво електроенергії. Із видів палива застосовують: дрова, тирса, пелети, солому, брикети, органічну частину твердих побутових відходів (ТПВ).
3. Промисловий сектор і сільське господарство. Мова йде про опалення і технологічні потреби, а також виробництво електроенергії. Із видів палива застосовують: дрова, тріска деревени, пелети, брикети, солому, виробничі відходи, а також біогаз і синтез-газ [3].

Зазвичай біомасу використовують для виробництва електричної та теплової енергії, отримання біопалива на транспортні потреби. Для України це питання є актуальним, оскільки використання біомаси дозволить зменшити її залежність від імпортованих традиційних енергоносіїв та сприятиме

покращенню ситуації з енергетичною безпекою, вплине на стан екології в країні.

Як приклад перспективного використання відходів тваринництва можна навести функціонування тваринницьких ферм. Тварини кожен день генерують відходи, отже можна виробляти біогаз через дві технології: пряме спалювання і теплова газифікація. Застосовуючи біогаз, можна не тільки економити гроші, але й отримати більше прибутку від продажу надлишку енергії іншим користувачам. Значущості набувають й «побічні» технології біогазу (зменшення емісії запахів із рідкого та твердого гною; зниження агресивного впливу на флору; отримання однорідних властивостей і легкого застосування гною, при використанні його після біогазової установки в полях). Реальним прикладом використання біомаси на тваринницьких фермах є біогазова станція на фермі великої рогатої худоби на 3600 голів в с. Великий Крупіль Київської області. Станція працює на гнойових стоках ферми – 300 тонн на добу (вологість 95%). Станція забезпечує електроенергією село [6, с.14]. Масштабність проектів відповідного спрямування можна побачити у країнах ЄС, зокрема в Угорщині розташований сучасний біогазовий завод потужністю 4 МВт, який здатний перероблювати до 90 000 тонн органічних відходів, включно з гноєм. Кількість енергії, яка виробляється на заводі, достатня для забезпечення електроенергією невеликого міста на 18 000 мешканців [6, с.13].

Виходячи із вищезазначеного, із переваг використання біомаси на сільськогосподарських підприємствах можна виділити наступні:

- відходи є гарним добривом, які могли б зменшити потребу в придбанні хімікатів;
- незалежність від постачання електроенергії та опалення природних монополій;
- наявність значних обсягів біомаси та її невисока вартість у порівнянні з природним газом та іншими вуглеводами;
- зниження вартості споживання тепла і електричної енергії.

Нині відновлювана енергетика та застосування біомаси є одним з перспективних напрямів розвитку світової енергетики та сталого розвитку національних економік. Використання біомаси як джерела енергії дозволяє зменшити залежність від імпорту традиційних енергоресурсів, ефективно та комплексно використовувати відходи різних галузей економіки, зменшити собівартість виробництва енергії в економіці України та ін.

Література: 1. Закон України «Про альтернативні види палива». Закон України № 1391-VI від 21.05.2009. Відомості Верховної Ради України. 2000, № 12, ст. 94. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1391-14#Text> (дата звернення: 31.03.2023). 2. Концепція «неатомного» шляху розвитку енергетики України. URL: www.ch20.org/ukr/nconcept_ukr.pdf (дата звернення: 02.04.2023). 3. Стратегія розвитку біоенергетики в Україні. Поточне використання біомаси в Україні. URL: <https://uabio.org/bioenergy-transition-in-ukraine/> (дата звернення: 03.04.2023). 4. Самойчук К.О., Верхоланцева В.О., Лівик Н.В. Використання енергії вітру та біопалива в машинобудівній галузі промисловості. 2020. 12с. URL: https://elib.tsatu.edu.ua/dep/mtf/ophv_4/page10.html (дата звернення: 03.04.2023).

5. Зеленько О.О. Зелена енергетика: її складові та фактори розвитку в світовій економіці. *Збірник наукових праць ХНПУ імені Г.С. Сковороди". Серія Економіка. 2021. Вип.19. С.60 - 70. URL: <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/economics/article/view/3676> (дата звернення: 01.04.2023).*
6. Марцинкевич В., Коломієць Н. Поводження з відходами тваринництва: переваги технології анаеробного зброджування. URL: https://issuu.com/ecocentre/docs/biogaz_a4_web-2 (дата звернення: 04.04.2023).

УДК 339.137

Гайдук Г. І.¹, Шедякова Т. Є.²

Haiduk H., Shediakova T.

КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ РИНКІВ B2C ТА B2B У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

KEY FEATURES OF B2C AND B2B MARKETS IN INTERNATIONAL BUSINESS

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

¹студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

м. Харків, Україна

Розвиток глобального середовища веде до суттєвих трансформацій в світовій економіці та у міжнародному бізнесі. Це змінює уяву про засоби реалізації підприємницьких ініціатив. Сьогодні міжнародні ринки товарів та послуг працюють таким чином, що діяльність підприємств та підприємців сегментується за різновидом взаємодіючих суб'єктів, типологізуючи, таким чином, ці ринки.

Одним з основних чинників подібної типологізації є цільові групи клієнтів. У міжнародному бізнесі складніше визначити цільову аудиторію, оскільки її не обов'язково становлять люди, що мешкають у країні базування підприємства, але які, зазвичай, є потенційними споживачами.

За сегментацією цільових груп виділяють два основних ринки – B2C і B2B. З огляду зростаючого інтересу до цих двох ринків з боку підприємців, які започатковують свій бізнес на міжнародних ринках, потрібно розуміти ключові відмінності між ними, а також те, які можливості відкривають ці два ринкові сегменти перед підприємцями.

B2C (англ. Business to Customer, бізнес для споживача) – це споживчий ринок товарів та послуг. На ньому в якості покупця виступає звичайна людина, зазвичай, кінцевий споживач, який представляє свої особисті інтереси або інтереси свого домогосподарства.

B2B (англ. – Business to Business, бізнес для бізнесу) – це ринок професійних товарів та послуг. Часто також використовується термін «промисловий ринок». На ньому в якості покупця виступає професійний суб'єкт, який представляє інтереси компанії або бізнесу [3].

Алгоритм функціонування ринку B2C передбачає можливість здійснювати роздрібні продажі, не користуючись послугами посередників. Особливістю моделі B2C є також той факт, що продавець товару або послуги, в намаганні охопити великі споживчі аудиторії, має можливість на рівні інформаційних і комунікаційних каналів здійснювати потужний і тривалий вплив на свого споживача, формуючи конкурентне середовище та конкурентне ціноутворення [4].

Особливість ринку B2C полягає у тому, що в його рамках використовується формат короткого циклу продажів. Ринок B2C передбачає широке, масове охоплення споживача. Ціновий чинник найчастіше є вирішальним для прийняття рішення про купівлю. Також визначальним фактором при покупці є особисті враження від товару або послуги, а також емоції, які породжує маркетинг та реклама. Клієнт, зазвичай, немає глибоких компетенцій у тих чи інших споживчих властивостях товару або послуги. Найчастіше покупка може мати одноразовий або ситуативний характер.

Для залучення клієнтів, формування їх лояльності та подальшого утримання підприємці у застосуванні моделі B2C вживають перевірену роками низку заходів, наприклад, дисконтні картки та дисконтні програми; лотереї та розіграші товарів, призів, а інколи і грошей; знижки у визначні дати та події; стимулювання попиту шляхом продажу більшого обсягу товару або більшої упаковки за ціною меншої й т. ін. Тобто, гравці B2C використовують схему роботи звичайної торгової компанії, але із застосуванням сучасних засобів торгівлі. Саме такий підхід реалізується великими та середніми роздрібними торговельними мережами. Основною формою розрахунку є готівковий розрахунок та оплата банківськими картками [1].

На відміну від ринку B2C, на ринку B2B рішення покупця про купівлю зазвичай побудовані на колективно-раціональних мотивах.

Однією з найголовніших завдань компаній, що працюють на B2B-ринках, є побудова ефективних комунікацій між ним, а також налагодження надійних інформаційних каналів для координації дій усіх учасників та їхньої кооперації. За умов спільної діяльності відбувається налагодження довгострокових контактів з покупцями та постачальниками товарів та послуг. У B2B-відносинах є низка дуже важливих аспектів, пов'язаних з нематеріальними активами, інтелектуальною власністю, іміджем та репутацією компанії. Підбираючи партнера-постачальника, покупець чітко зважає на ризики і, зазвичай, збирає інформацію про свого потенційного контрагента, не обмежуючись публічною інформацією [2].

Сегмент B2B є чутливим до інновацій, тож для підтримки та нарощування конкурентного потенціалу необхідно здійснювати регулярний моніторинг

інформаційного простору, починаючи від взаємодії у ланцюжку виробник – постачальник – клієнт і закінчуючи ІТ-технологіями та технологіями продажів. У цьому аспекті дуже важливо підтримувати компетенцію ключового кадрового складу, використовуючи внутрішні та зовнішні ресурси для навчання та підготовки кадрів. Закупівлі товару та послуг на B2B-платформах зазвичай роблять професіонали. У ряді галузей потрібні специфічні експертні знання, досвід та навички. І в цьому випадку важливим є те, якими компетенціями володіють продавці та покупці товару або послуги.

Взаємини споживача та бізнесу в рамках моделі B2C відрізняються від моделі B2B. В першу чергу це:

- зручність розташування бізнесу: розміщення точки продажів B2C на перетині людських потоків; вдале місцезнаходження, прості шляхи під'їзду, доступна транспортна розв'язка;

- асортимент продукції: виробники мають підтримувати широке різноманіття своїх товарів для охоплення різних цільових груп кінцевих споживачів; поодинокі замовлення відсутні, на відміну від B2B бізнесу, де часто продукція виготовляється на індивідуальне замовлення;

- вплив рекламних кампаній на продаж: успішність кампанії з просування товару; позитивні асоціації та користувальницький досвід (відгуки, рекомендації, огляди);

- рівень клієнтського обслуговування: у сегменті B2C важливий особистісний підхід до кожного клієнта, від запрошення покупця до місця реалізації товару, попередньої консультації та здійснення угоди до післяпродажного обслуговування;

- превалювання Інтернет-продажів: модель дозволяє вести пошук клієнтів та розширювати свою присутність на ринку з високою часткою конверсії;

- конкуренція на ринку: модель бізнесу B2C розрахована на кінцевого клієнта та представлена товарами або послугами широкого масового застосування, а масовість передбачає безліч конкурентів, тож бізнесу для розвитку та зростання потрібно розширювати асортимент пропозицій (вигідні знижки та акції, програми лояльності, унікальні рекламні кампанії, соціальні імпульси тощо) [5].

Можна зробити висновки, що модель бізнесу B2C характеризується наступними ключовими відмінностями: короткий цикл продажів; відносно невисока вартість залучення клієнта; значна кількість клієнтів, порівняно з B2B; рішення про купівлю найчастіше приймається під впливом емоційних факторів та індивідуальних переваг індивідуума; маркетингові комунікації

мають масштабний характер та спираються насамперед на емоційні критерії покупця.

Модель бізнесу B2B має такі особливості: тривалий цикл продажів; відносно висока вартість контакту із клієнтом; кількість споживачів значно менша порівняно з ринком B2C, що призводить до більш високої вибірковості бізнес-партнера; здійснення пошуку і закупівлі товарів та послуг доручають фахівцям-професіоналам у цій галузі.

Будь-який підприємець має вивчати різні канали збуту та враховувати різні варіанти масштабування свого бізнесу, оскільки ці знання стають перевагою у конкурентній боротьбі за потенційного клієнта. Вибір потрібного сегменту ринку збуту продукції або послуги забезпечує правильний розподіл ресурсів підприємства, а також точне позиціонування пропозицій, що в результаті призводить до зниження витрат та збільшення продажів.

Література: 1. Заруба В. Я., Парфентенко І. А. Значення маркетингових досліджень у діяльності підприємств B2C-сектору. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 1 (92). С. 97–106. 2. Разумов Д. П'ять відмінностей в стратегіях просування B2B- і B2C-компаній. URL: https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/b2b-vs-b2c/#google_vignette (дата звернення 25.03.2023). 3. B2B vs B2C Market Research: How it Differs. URL: <https://www.cfrinc.net/cfrblog/b2b-vs-b2c-market-research> (Last accessed 25.03.2023). 4. How to Do Market Research in a B2C setting? URL: <https://www.intotheminds.com/blog/en/how-to-do-market-research-in-a-b2c-setting> (Last accessed 25.03.2023). 5. What are the Differences Between B2B Market research and B2C Market Research. URL: www.intotheminds.com/blog/en/differences-b2c-b2b-market-research (Last accessed 25.03.2023).

УДК 339.976.2

Коваль Д. О.¹, Шедякова Т. Є.², Хорошилова І. О.³

Koval D., Shediakova T., Khoroshylova I.

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
МІЖНАРОДНОГО РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ
CURRENT TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF
CONSULTING SERVICES INTERNATIONAL MARKET**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

¹студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

*³к.е.н., доц., доцент закладу вищої освіти кафедри обліку і оподаткування
м. Харків, Україна*

Характерними ознаками сучасного розвитку економіки є транснаціоналізація ділових відносин, зростання масштабів виробництва і збуту, лібералізація міжнародної торгівлі, а також інституціоналізація міжнародного бізнесу. Стрімке масштабування міжнародного бізнесу породжує специфічні завдання, вирішення яких дедалі частіше покладається

на професійних консультантів. Формування галузі консультаційних послуг та широкого кола консалтингових компаній є індикатором зростаючого ринку і потенціалу інтернаціоналізації бізнес-середовища. У країнах із розвинутою ринковою економікою звернення до послуг консультантів є невід'ємною складовою процесу розробки та втілення нових проєктів, оптимізації бізнес-процесів та модернізації бізнесу загалом.

На певному етапі розвитку світового господарства економічне зростання держави визначається ресурсами країни та ступенем її інтеграції у світогосподарську систему. В останні роки у багатьох країнах світу вирішення проблем економічного зростання пов'язують значною мірою з ринком консультаційних послуг, який ґрунтується на активізації отримання, використання та передачі знань.

Ринок консалтингових послуг – це ринок з купівлі-продажу професійних послуг окремих фахівців-консультантів, а також національних та міжнародних консалтингових компаній, націлених на вдосконалення та оптимізацію управління, виробництва, маркетингу з метою надання допомоги клієнту. Водночас необхідно визначити міжнародний рівень ринку консалтингу.

Міжнародний ринок консалтингових послуг – це середовище взаємовідносин консультантів, консалтингових компаній та клієнтів з різних країн на основі угоди, предметом якої є сприяння або надання допомоги в розробці та реалізації різних бізнес-проєктів, в управлінні, у формуванні ресурсного потенціалу підприємства тощо.

У сучасний період історичного розвитку суспільства міжнародна консалтингова діяльність поширюється багато в чому завдяки зростаючій глобалізації економіки, інформаційній революції, зниженню витрат виробництва, а також високій рентабельності. Наразі доходи консалтингової галузі у всьому світі перевищують 300 млрд дол. США щорічно, причому найвпливовішим залишається регіон Північної Америки, на який припадає понад 46 % загальносвітових доходів промисловості. За ним із 39 % загальної виручки йдуть Європа, Близький Схід та Африка, 11 % належить Азії та менше 4 % – Південній Америці [4].

Немає сумнівів, що за темпами поширення консалтингових послуг Сполучені Штати є беззаперечним лідером у світі. Протягом багатьох років консалтингова індустрія США становила три чверті, а згодом дві третини світового ринку. Однак її частка неухильно зменшується зі швидким зростанням консалтингового бізнесу в інших країнах та регіонах. Насамперед це пов'язано з розвитком консалтингових послуг на європейському ринку, в той час як роль інших регіонів залишається незначною. Очікується, що найближче десятиліття найбільш зростаючим буде Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Хоча Європа вважається своєрідним тестувальним майданчиком для консультаційних послуг і в найближчі два роки очікується остаточне її відновлення після пандемічної кризи та приплив інвестицій у цей регіон, Азія, Африка та Латинська Америка мають значно більший потенціал [3].

У прагненні встановити глобальну присутність великі західні фірми

відкривають філії у багатьох великих містах світу; вони виборюють частку ринку, намагаючись не допустити суперників у нові країни. Провідні американські консалтингові фірми часто йдуть за своїми клієнтами у нові місця, наприклад, в автомобільну промисловість Японії. Існують різноманітні методи виходу на нові ринки – від партнерства з місцевими компаніями до відкриття нового відділення. Проте впроваджувати таку стратегію стає дедалі складніше, оскільки інтенсивність конкуренції неухильно наростає, а місцеві фірми можуть запропонувати послуги експертів за меншою ціною. Так, наприклад, індійські консалтингові компанії стають серйозними конкурентами американським гігантам у галузі міжнародного консалтингу. Це пояснюється тим, що індійські фірми стають більш потужними у сфері інформаційних технологій та суміжних галузях, мають безперешкодний доступ до професіоналів на вітчизняному ринку, можуть запропонувати гарні умови праці та працювати зі скромними бюджетами клієнтів [1].

Консалтингові фірми в найближчому майбутньому концентруватимуться на окремих регіонах та орієнтуватимуться на довгострокові відносини з клієнтами. Найбільші світові компанії за ступенем проникнення на ринки та за глибиною й шириною їхнього охоплення є не глобальними, а регіональними. Після економічної кризи, спричиненої пандемією COVID-19, багатонаціональні корпорації коригують свої глобальні стратегії та звужують фокус щодо міжнародних ринків, орієнтуючись на місцеві умови бізнесу; дві третини найбільших транснаціональних компаній світу розташовані та оперують у домашньому регіоні, і лише третина – за його межами [7].

Корисним прикладом з антикризової практики є досвід Японії, яка прагне створити глобальну мережу із залученням місцевих фахівців. Японські компанії, що виходять на нові ринки за межами своєї країни, потребують технічної підтримки, наприклад, у справочинстві відповідно до вимог приймаючої країни, або у вирішенні податкових нюансів. Щоб допомогти розв'язати ці проблеми, у рамках штату відомої консалтингової компанії Ernst & Young у 50 країнах світу було створено групу з 500 професіоналів, які володіють японською та місцевими мовами. Це не тільки дозволило клієнтам Ernst & Young скористатися технічними можливостями компанії та її знанням особливостей різних галузей промисловості, але також допомогло підвищити ефективність ведення бізнесу завдяки глибокому розумінню японської і локальної культури та полегшити спілкування і координацію ділових партнерів із різних країн. Сама ж Ernst & Young у свою чергу лише посилила свої позиції на міжнародному ринку [9].

Найбільш поширеним напрямом консультаційних послуг у міжнародному бізнесі є управлінський консалтинг, проте останнім часом стрімко розвиваються також консалтинг у сфері інформаційних технологій та аутсорсинг. Серед клієнтів консалтингових компаній провідні позиції займають представники банківського сектору і промисловості, багато урядів країн також звертаються за послугами професійних консультантів. Слід зазначити, що консалтинговий ринок характеризується значними

відмінностями у регіонах та країнах, що пояснюється неоднаковим ступенем фахової та клієнтської зрілості, а також місцевими діловими традиціями і практиками, які можуть сприяти чи заважати розвитку консалтингової індустрії [6].

Ключовими секторами управлінських консультаційних послуг є стратегічний консалтинг, операційний менеджмент, управління трудовими ресурсами, а також інформаційні технології. Вони дають поштовх для зростання нових видів послуг, як, наприклад, бізнес-консалтинг, послуги з розвитку та інтеграції та ін. Зростає значення безпеки конфіденційних даних в глобальній мережі, тож експерти консалтингових компаній надають підтримку малому та середньому бізнесу у захисті інформаційних мереж і персональних даних. Розвиток Інтернету також започаткував формування електронної комерції, і сьогодні кожна компанія, яка поважає себе, прагне поширити свій бізнес на онлайн-середовище, що створює нові виклики перед консультантами [2].

Незважаючи на певні складнощі у розвитку послуг міжнародного консалтингу, даний вид міжнародного бізнесу продовжує розвиватися та здійснюється як на міжнародному рівні, так і на національному та регіональному. Сьогодні ці види послуг надаються як великим компаніям, так і малим фірмам, до того ж до послуг консультантів звертаються підприємці, які хочуть визначити для себе правильний інструмент просування свого бізнесу на міжнародних ринках.

Щоб досягти успіху на нових ринках, компаніям необхідно уникати конфлікту між глобальними та місцевими стандартами, підвищувати рівень довіри населення до пропонованих продуктів, не вдаватися до використання неетичних чи нелегальних практик ведення бізнесу. Таким чином, успішна бізнес-інтеграція з новими ринками повинна відображати їх місцеві особливості, а товари та послуги, що пропонуються на національних ринках – відповідати їхнім вимогам.

Література: 1. Камінська Т. М. Еволюція теорії та практики міжнародного бізнес-консалтингу. *Економічна теорія та право*. 2020. № 1 (40). С. 58–73. 2. Любохинець Л. С., Дашевська А. А. Роль міжнародного консалтингу в розвитку національного ринку консалтингових послуг. *Економіка та управління національним господарством*. 2017. Вип. 13. С. 234-239. 3. Нечипорук К. О., Рацин І. І. Консалтингова діяльність у системі міжнародного бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2022. Вип. 45. С. 46–52. 4. Охріменко О. О., Кухарук А. Д. Міжнародний консалтинг: навч. посіб. Київ : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2016. 184 с. 5. Сурженко Н. В. Розвиток ринку консалтингових послуг: зарубіжний досвід і реалії України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 2 (37). С. 105–110. 6. Farkas, F., Gross, A. C., Milovecz, A. Trends and tendencies in management consulting in light of local and international development. URL: http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/10%20Farkasne_Gross_Milovecz.pdf (Last accessed 27.03.2023). 7. Czerniawska, F. Our Forecast for Consulting Services in 2023. URL: <https://www.sourceglobalresearch.com/blog-post/our-forecast-for-consulting-services-in-2023>

(Last accessed 27.03.2023). 8. Fitzsimmons, S. 2022 Predictions for Consultants. URL: <https://www.accelo.com/resources/blog/2022-predictions-for-consultants/> (Last accessed 27.03.2023). 9. How Can Value Realized Today Reshape Tomorrow? EY Value Realized 2022: Reporting Progress on Global Impact. URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/global-review/2022/ey-value-realized-2022-v3.pdf (Last accessed 27.03.2023).

УДК 339.944

Maksymenko D.
**PHARMACEUTICAL MARKET RESEARCH IN THE FOCUS OF
CONCENTRATION**

*V. N. Karazin Kharkiv National
student of the Department of International Business and economic theory,
scientific supervisor: Associate Professor of the Department of International
Business and economic theory Kondratenko N.
Kharkiv, Ukraine*

The Ukrainian pharmaceutical market is a complex socio-economic system, which is dynamically developing in its individual segments, showing a growing demand of end consumers for the industry's products, an improvement of the product range and the development of pharmaceutical retail chains. The development of the Ukrainian pharmaceutical market is influenced by the state policy on providing consumers with affordable medicines and also shows fierce competition in production, distribution and consumption between domestic and foreign pharmaceutical manufacturers, pharmacy chains, pharmaceutical retailers and pharmacies.

The need for further socialization of the pharmaceutical business against the background of increasing economic efficiency and ensuring innovative development of companies in this sector requires comprehensive assessment and identification of trends in the development of the Ukrainian pharmaceutical market in the context of dynamic changes and a high level of competition.

In recent years, the pharmaceutical industry in Ukraine has been studied qualitatively and quantitatively by pharmaceutical companies and financial publications such as Darnitsa Pharmaceutical Company in cooperation with the financial publication BusinessViews [4], the financial department of Pharmacy.ua using the analytical market research system PharmXplorer/Pharmstandard by Proxima Research [2] and other institutions.

The scientists hypothesize that the industry has reasons for increased competition in the target markets for pharmaceutical products, which together lead to an intensification of aggressive marketing activities by pharmaceutical market participants. In addition, the authors believe that the spread of the COVID-19 pandemic has led to a significant increase in capacity in the pharmaceutical market and, more importantly, an increase in market share in the hospital segment. Obviously, in connection with the spread of the COVID-19 pandemic, the economic situation in the pharmaceutical market and the logistics of export-import operations have become more complicated, which has affected the efficiency of the functioning

of the pharmaceutical supply chain in certain regional pharmaceutical markets and in certain segments, which has also led to an increase in various types of competition [5].

The Ukrainian pharmaceutical market as a major industry and one of the most profitable sectors of the Ukrainian economic complex actively shows growth in the parameters of economic development. According to Proxima Research, the global pharmaceutical market grew by only 4.5% in 2019 compared to 2018 [2]. The spread of the COVID-19 pandemic, which has caused significant disruption of global trade in the target markets of pharmaceutical products, has complicated the situation in the Ukrainian pharmaceutical market in domestic and foreign markets, the logistics of export and import operations, affected the efficiency and effectiveness of the pharmaceutical supply chain, and aggravated the competitive situation in the target markets of pharmaceutical products, etc. The low purchasing power of the population and the inadequate public procurement of pharmaceuticals are important factors hindering development, which have affected the structure of export and import operations in the industry in terms of export growth. The lengthy drug registration process at the stage of introduction of new pharmaceutical products to the Ukrainian market is also a factor hindering the emergence of high-margin pharmaceutical products in the market. The still insufficient integration of pharmaceutical companies' activities into the EU regulatory framework in terms of the necessary certification of production facilities and pharmaceutical products has led to a forced increase in resource costs for manufacturers on the pharmaceutical market. This prompted domestic manufacturers to conduct an in-depth analysis of pharmaceutical market conditions to identify the factors that dominate their development environment and formulate alternative business strategies to avoid the risks in the industry.

The analysis of the economic situation in the Ukrainian pharmaceutical market has revealed the main types of competition in the market. These include competition between domestic and foreign companies, analog products, original products and generics, pharmaceuticals and dietary supplements, wholesale (hospital), retail (pharmacy), etc.

The competitive analysis showed that market concentration is tending to increase and, accordingly, weak pharmaceutical manufacturers are exiting the market, making it more difficult for new pharmaceutical companies to enter the market.

In the context of increased competition and the ongoing spread of the COVID-19 pandemic, it is important to study the level of competition in certain segments of the Ukrainian pharmaceutical market, which is the subject of a separate study [4].

Thus, the global pharmaceutical market is a complex organization with consistently dynamic growth and development of sales and production. In the face of ever-increasing competition, improving the efficiency of the pharmaceutical industry is impossible without the use of modern approaches to management and effective development of the organization. The consequences of the financial crisis, factors related to the unstable epidemiological situation, budget cuts in the EU

countries, introduction of strict mechanisms of state regulation in the pharmaceutical market are the factors that explain the unstable growth of the global pharmaceutical market.

The current trends and positive features of the global pharmaceutical market are the saturation of pharmaceutical products, strengthening of state regulation of healthcare and the pharmaceutical industry in particular, and optimization of the cost structure, creation of TNCs and strategic alliances. All of this creates new economic activity in the pharmaceutical sector.

References: 1. Аналіз фармацевтичного і аптечного ринку України. Pro consulting. Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-farmaceuticheskogo-i-aptechnogorynka-ukrainy-2020-god> (дата звернення: 05.04.2023). 2. Звітність. Arterim. URL: <https://www.arterium.ua/financial-reports> (дата звернення: 29.03.2023). 3. Зростання попри COVID-виклики. Яких змін зазнала фарміндустрія в Україні за останній рік. РБК Україна.. URL:<https://daily.rbc.ua/ukr/show/rost-nesmotrya-covid-vyzovu-kakih-izmeneniy-1635321973.html/amp> (дата звернення: 20.03.2023). 4. Інфографічний довідник “Фармацевтика України 2021”. URL: <https://www.darnitsa.ua/api/pharma-directory/pharmacevtyka-ukrainy2021> (дата звернення: 02.04.2023). 5. Шандрівська О. Є., Цветковська А. В. Дослідження фармацевтичного ринку України: у фокусі концентрація ринку. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. Серія “Проблеми економіки та управління”. 2022.№1(9). С. 56-68. 6. Analyse Act Achieve(2022). URL: <https://proximaresearch.com/ua> (дата звернення: 01.04.2023).

УДК 339.96

Пахомов В. А.¹, Шедякова Т. Є.², Лубенець С. В.³

Pakhomov V., Shediakova T., Lubenets S.

**МІЖНАРОДНИЙ ІТ-АУТСОРСИНГ: ДРАЙВЕРИ РУХУ ТА ФАКТОРИ
СТРИМУВАННЯ**

**INTERNATIONAL IT OUTSOURCING: MOVEMENT DRIVERS AND
RESTRICTION FACTORS**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

¹студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

³к.т.н., доц., доцент кафедри міжнародних відносин, міжнародної

інформації та безпеки

м. Харків, Україна

Сьогодні інформаційно-технічне обслуговування міжнародного бізнесу є необхідною реальністю. Все більше підприємств і стартапів вдаються до послуг сторонніх фахівців та компаній. Таке рішення дає можливість розвивати бізнес за умов мінливості ринку без ризику та необхідності вкладати кошти у розширення персоналу або в навчання та перепрофілювання штатних працівників. Найбільш затребуваним аутсорсинг є в галузі інформаційних технологій.

Історично склалося, що аутсорсинг в ІТ – це, в першу чергу, зовнішня техпідтримка ІТ-інфраструктури. Однак це поняття набагато ширше: на аутсорс передаються розробка сайтів та мобільних додатків, створення внутрішньокорпоративних порталів, аналітичні завдання тощо. Головний параметр співробітництва в рамках аутсорсингу – передача іншій компанії непрофільних функцій.

Термін «аутсорсинг» походить від англійського «out source» і дослівно означає застосування ресурсів, залучених ззовні. Головна функція цього інструменту – оптимізація витрат та зміцнення потенціалу підприємства і, зрештою, збільшення його доходів. Аутсорсинг в галузі інформаційних технологій може відноситися або до всього обсягу функцій, або до його окремих компонентів, наприклад, дизайну інтерфейсу користувача або тестування.

Дослідження Deloitte – міжнародної мережі компаній, що надають послуги в галузі консалтингу та аудиту – показало, що до найчастіших причин залучення фахівців з інших країн належать: необхідність знизити витрати; потреба приділити більшу увагу основному бізнесу; проблеми з продуктивністю; бажання покращити якість виконуваних робіт; доступ до міжнародного пулу фахівців й т. ін. [8].

За останні три роки попит на ІТ-аутсорсинг збільшився через пандемію COVID-19, проте багато успішних зарубіжних компаній (наприклад, Google, Apple та MySQL AB) активно використовували способи залучення зовнішніх ресурсів ще до локдауну. В Україні яскравим прикладом ІТ-аутсорсу можна вважати проєкт «Дія», розробкою ядра програмної платформи якого займався персонал Міністерства цифрової трансформації України, а впровадженням мобільного застосунку, вебпорталу, телеграм-боту, а також формуванням інфраструктури технічної підтримки займалися приватні компанії – партнери Міністерства, зокрема, провідна ІТ-компанія східноєвропейського регіону EPAM Systems [6].

Оцінки темпів зростання світового ринку ІТ-аутсорсингу помітно відрізняються. Так, динаміку зростання за підсумками позаминулих років аналітики оцінювали в діапазоні від 3 % до 20 % [7]. То що ж рухає цю галузь уперед?

До головних драйверів, тобто механізмів руху вперед, міжнародного ринку ІТ-аутсорсингу можна віднести:

- зростаючу потребу національного ринку в ІТ-послугах;
- дефіцит кваліфікованих спеціалістів інхаус, тобто штатних робітників місцевих компаній;

- підвищення рівня доступності та ефективності сторонньої розробки програмних продуктів;

- зростання потреби в оптимізації бізнес-процесів в поєднанні з тенденцією до економії коштів;

- якщо раніше ІТ розглядалися як необхідні витрати, зараз все сильніше помітна зміна ставлення до ІТ як до генератора бізнес-цінностей.

До бар'єрів розвитку ІТ-аутсорсингу можна віднести:

- невизначеність економічної ситуації;

- складності планування на тривалий термін;

- недостатню управлінську зрілість, коли керівництву компанії важко визначити, що виводити на аутсорс [2].

До основних факторів, що опосередковано сприяють зміцненню драйверів ІТ-аутсорсингу можна віднести:

- економію фінансів за рахунок оренди, витрат на підбір та навчання персоналу, амортизації обладнання, податкових витрат та заробітної плати;

- фіксовану вартість проєкту на старті, вибір кількох цінових варіантів;

- оптимізацію розвитку підприємства, адже коли непрофільні бізнес-процеси передаються на аутсорс, керівництво може приділяти більше уваги ефективному веденню основної діяльності;

- юридична відповідальність аутсорсера за результат та терміни роботи мінімізує ситуацію зриву дедлайнів;

- прискорення розробки продукту завдяки можливості запаралелити кілька проєктів, віддавши їх різним ІТ-аутсорсерам;

- зниження ролі людського фактору і пов'язаних з ним витрат: компанія, яка розробляє, наприклад, корпоративний портал, зобов'язана виконати свою частину робіт незалежно від цього, хто з працівників у відпустці, хто на лікарняному й т. ін.;

- при аутсорсі фахівці беруть на себе створення та обслуговування ІТ-інфраструктури компанії, а це, у свою чергу, дає можливість скорочення штату фахівців усередині компанії;

- ІТ-аутсорс дозволяє вирішувати завдання у незнайомих раніше сферах завдяки спеціалізації компанії-виконавця, при цьому рівень компетенцій спеціалізованої компанії зазвичай вищий, що створює поле для нових ідей та вдосконалення власного експертного рівня;

- аутсорс-розробка вигідна з погляду можливості тест-драйву на невеликому проєкті, що передуює масштабному завданню.

До факторів, що посилюють стримування міжнародного ІТ-аутсорсингу, відносять наступні:

– передача різних процесів компанії на обслуговування великій кількості учасників може стати причиною плутанини, або ближче до кінця проєкту з'ясується, що частина робіт не виконана, тому що кожен підрядник думав, що це не його задача;

– велика підготовча робота, що включає створення максимально докладного технічного завдання, а також складну фінансову оцінку ефективності рішення, при цьому повинні бути враховані інвестиції в передачу знань та ризику від зміни робочої моделі. Цей етап неминучий у випадку інхаус-розробки. Імовірність виникнення ризиків зменшується за рахунок гнучких методів управління проєктами, в яких спочатку не потрібно максимально докладне технічне чи функціональне завдання;

– потенційний ризик витоку внутрішньої інформації. На жаль, у IT-світі є низка історій, у яких компанія-замовник не може отримати від аутсорсера вихідний код своїх проєктів. Такі історії найчастіше пов'язані з невиконанням зобов'язань компанією-замовником: ухилення від оплати, зупинення фінансування проєкту й т. ін.;

– невірно оформлені документи (договори, протоколи, акти виконаних робіт) можуть спричинити донарахування раніше не сплачених компанією податків та зборів;

– модель IT-аутсорсингу може збільшувати кіберризики, якщо засоби управління не встигають за змінами технологій; це може спричинити, наприклад, витік даних. Проте використання новітніх розробок у сфері онлайн-сервісів, пов'язаних із фінансами, допомагає сприяти ефективному управлінню та контролю за кіберзагрозами [3].

Про ключові тренди в галузі міжнародного IT-аутсорсингу можна казати, що у наступні роки прогнозується збільшення обсягів аутсорсингу, адже пандемія коронавірусу свого часу змусила багато компаній ретельно оцінити свою операційну ефективність і в ряді випадків вибрати IT-аутсорсинг як спосіб зниження витрат. Очікується зростання конкуренції, а отже, підвищення рівня гнучкості компаній-аутсорсерів як у плані договірних умов, так і з погляду застосовуваних методик розробки.

Тенденції у галузі IT-аутсорсингу також полягають:

– в укрупненні ринку IT, адже дрібних гравців витісняють або скуповують більші гравці;

– в автоматизації рутинних завдань (пул можливостей тут надзвичайно широкий – від організації розподіленої бази даних для співробітників компанії, що віддалено працюють, до створення аналітичних дашбордів);

– у зростанні популярності нових напрямів, таких як ІТ-консалтинг, коли стороння компанія залучається мінімально, переважно на етапі формування завдання та оцінки необхідних для вирішення ресурсів;

– у позитивному впливі на фінтех-сектор, адже згідно з дослідженнями, восьма частина всього бюджету фінтеху йде на аутсорсинг, оскільки він дозволяє швидко та ефективно масштабуватися, усуває прогалини у знаннях існуючих команд та прискорює процеси розробки;

– продиктована умовами віддаленої роботи зміна принципів вибору постачальників: зараз уже необов'язково їхати до офісу знайомитись, адже весь світ відкритий у вікні браузера. Це помітно розширює можливості пошуку зовнішніх виконавців у країнах ближнього зарубіжжя, а також у віддалених регіонах в межах однієї країни, де вартість послуг поки що помітно нижча, ніж у містах-мільйонниках;

– інхаус-розробка найчастіше підходить для невеликих компаній, де штатний ІТ-підрозділ справляється і з підтримкою, і з розвитком внутрішніх інформаційних систем. Для оптимального розвитку компанії її керівництву слід приділяти увагу ефективному веденню основної діяльності, а непрофільні бізнес-процеси доцільно передавати на аутсорс [5].

Передбачається, що зміни у розвитку міжнародного ринку ІТ-аутсорсингу стануть помітнішими у найближчий час. Компанії, які хочуть залишатися в тренді, мають підготуватись до нової хвилі попиту на послуги аутсорсингу. Партнерські взаємини між сторонніми розробниками або командами фахівців та комерційними підприємствами стають все більш тісними і важливими, як і орієнтованість компаній ІТ-аутсорсингу на підприємницькі інновації. Якщо в період становлення ІТ-аутсорсинг був прерогативою великих транснаціональних компаній, то сьогодні його активно застосовує малий та середній бізнес, і наступними роками ця тенденція збережеться.

Література: 1. Гутарева Ю. В., Гаврилова К. І. Застосування міжнародного аутсорсингу як інноваційного інструменту в управлінні підприємством. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2021. № 2 (16). С. 34–39. 2. Дергачова В. В., Островерха Д. В. Роль та значення міжнародного аутсорсингу: зарубіжний досвід та перспективи його впровадження в Україні. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. Серія «Міжнародна економіка». 2017. № 14. С. 93–99. 3. Дідух Т. М. Глобальні ризики використання ІТ-аутсорсингу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 20. С. 28–32. 4. Дідух Т. М. Детермінанти розвитку міжнародного ІТ-аутсорсингу в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія «Економіка і менеджмент». 2017. Вип. 28. С. 37–41. 5. Літошенко А. В. Проблеми визначення поняття ІТ-аутсорсингу та його особливості. *Економічний аналіз: збірник*

наукових праць. Тернопільський національний економічний університет, 2016. Т. 23. № 2. С. 88–92. 6. Назаренко С. М. Закордонний досвід використання аутсорсингу. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2021. № 4 (121). С. 23–29. 7. Шумбар Я. Ю., Прокопчук Б. О. Особливості ІТ-аутсорсингу. *Актуальні проблеми економіки. Серія «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці»*. 2019. Вип. 221. С. 178–186. 8. Deloitte Global Outsourcing Survey 2022. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/process-and-operations/us-global-outsourcing-survey-2022.pdf> (Last accessed 27.03.2023). 9. Lutkevich, B. Definition: Outsourcing. URL: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/outsourcing> (Last accessed 27.03.2023).

УДК 339.13:[339.9:004]

Соловійов Д. С.

Soloviov D. S.

ГЛОБАЛЬНИЙ РИНОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

GLOBAL MARKET OF E-COMMERCE: TRENDS AND PROSPECTS

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: д.е.н., професор Шкодїна І. В.
м. Харків, Україна*

Розвиток електронної комерції змінив наш спосіб здійснення покупок, і завдяки зростанню доступності технологій вона стала невід’ємною частиною нашого повсякденного життя. Від зручності здійснення покупок з будь-якого місця та в будь-який час до можливості порівнювати ціни та доступу до широкого асортименту продуктів і послуг, електронна комерція зробила покупки доступнішими, ніж будь-коли раніше.

В останні роки новітні технології зіграли вирішальну роль у формуванні індустрії електронної комерції. Інтеграція штучного інтелекту, блокчейну та інтернету речей змінила спосіб роботи компаній у просторі електронної комерції [1]. Ці технології дозволили компаніям надавати клієнтам більш персоналізований досвід, підвищувати ефективність своїх операцій, а також підвищувати залученість і лояльність клієнтів, що також вплинуло на продажі.

Продажі е-комерції продовжать зростати у 2023 році (рис. 1)

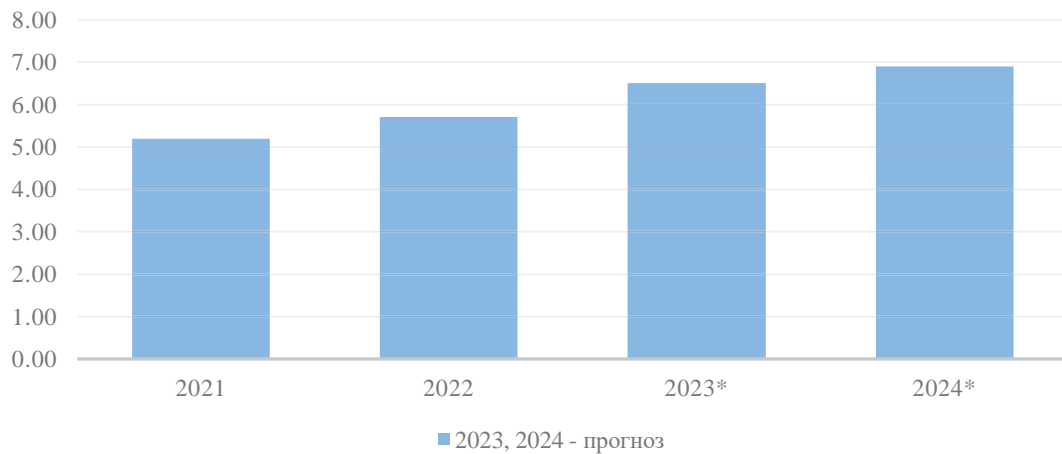


Рисунок 1 – Глобальні продажі в електронній комерції, 2021-2024 роки, трлн дол США

Джерело: розроблено автором за даними [2]

Згідно з оцінками Shopify, у 2022 році світова індустрія електронної комерції досягла 5,7 трильйонів доларів із продовженням зростання в найближчі роки. Ця тенденція підкреслює зростання прибутковості електронної комерції без кордонів для онлайн-торговців.

Два роки тому онлайн-покупки становили лише 17,8% продажів, але, за прогнозами, у 2023 року цей відсоток зросте до 20,8%, що означає приріст частки ринку електронної комерції на 3 відсотки. Очікується, що зростання продовжиться і в наступних роках.

Електронна комерція продовжуватиме суттєво розвиватися завдяки таким факторам, як дедалі більше впровадження технологій, зміни в поведінці споживачів і розширення онлайн-ринків. Ці прогнози вказують на те, що електронна комерція й надалі залишатиметься значним рушієм глобального економічного зростання в осяжному майбутньому. Твердження про те, що електронна комерція – це не мінуща тенденція, а вартісний довгостроковий підхід, підтверджується прогнозами, які вказують на те, що протягом наступних років вона захопить трильйони доларів на ринку [3].

Китай є лідером серед країн у розвитку електронної комерції (рис. 2). Аналіз ринку електронної комерції за країнами свідчить про те, що Китай збереже свої позиції як найбільший ринок електронної комерції у світі і в 2023 році. За розрахунками аналітиків Oberlo, Китай генерує \$1,54 трлн. продажів електронної комерції у 2022 р.

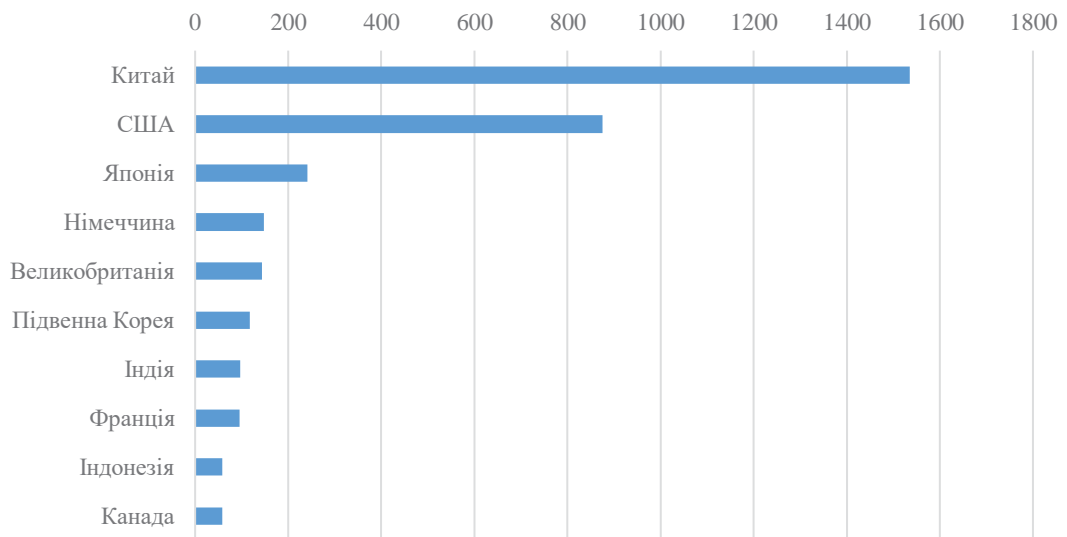


Рисунок 2 – Продажі в електронній комерції за країнами у 2022 р., млрд. дол. США

Джерело: розроблено автором за даними [2]

Для порівняння, розмір ринку електронної комерції США знаходиться на другому місці з \$875 мільярдами у 2022 році, що становить менше половини онлайн-продажів Китаю. Дохід Китаю від електронної комерції є значним досягненням, оскільки ще менше десяти років тому, Китай ще не займав перше місце.

Японія посідає третє місце з орієнтовним загальним доходом від електронної комерції в \$241 мільярд, за нею йдуть Німеччина та Великобританія на четвертому та п'ятому місцях відповідно з \$148 та \$143 мільярдами доларів. Південна Корея посідає шосте місце з \$118 мільярдами доларів доходу від електронної комерції, за нею йде Індія на сьомому місці з \$97 мільярдами доларів.

Решта країн у списку 10 найбільших доходів від електронної комерції наприкінці 2022 року: Франція з \$96 мільярдами доларів, Індонезія та Канада з \$59 мільярдами доларів кожна. Половина цих найбільших ринків електронної комерції знаходиться в Азії, що не дивно, враховуючи велику кількість населення та потенціал електронної комерції континенту. Це підкреслює важливість регіону, на якому власники магазинів електронної комерції повинні зосередити свої зусилля [4].

Висновки. Підсумовуючи, ринок електронної комерції продовжує швидко розвиватися, і очікується, що Китай збереже свої позиції як найбільший у світі ринок електронної комерції в 2023 році, з продажами наприкінці поточного року електронної комерції в 1,54 трильйона доларів США. Оскільки електронна комерція продовжує розширюватися в усьому світі, онлайн-продавцям вкрай важливо розуміти динаміку цих ринків, щоб скористатися їхніми можливостями зростання. За допомогою конкурентоспроможних стратегій і технологій галузь електронної комерції має потенціал для продовження траєкторії зростання, пропонуючи клієнтам більше зручності, персоналізації та ефективності під час здійснення покупок.

Література: 1. Шкодiна I.В., Iващенко М.В. Цифровi трансформацiї мiжнародного бiзнесу. *Економiчна теорiя та право*. 2021. №4 (47). С. 8-25. 2. E-commerce worldwide - statistics & facts. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping> (Last accessed 25.03.2023) 3. Global Ecommerce Sales Growth Report. *Shopify*. URL: <https://www.shopify.com/blog/global-ecommerce-sales> (Last accessed 25.03.2023) 4. E-commerce sales by country in 2022. *Oberlo*. URL: <https://www.oberlo.com/statistics/ecommerce-sales-by-country> (Last accessed 25.03.2023)

УДК 339.188.4

Степанов О. Р.¹, Майборода О. Є.²

Stepanov O., Maiboroda O.

ЦИФРОВI ТРАНСФОРМАЦIЇ В ЛОГIСТИЧНIЙ ДIЯЛЬНОСТI ПIДПРИЄМСТВ – АКТУАЛЬНИЙ ТРЕНД МIЖНАРОДНОГО БIЗНЕСУ

DIGITAL TRANSFORMATIONS IN THE LOGISTICS ACTIVITIES OF ENTERPRISES – A CURRENT TREND IN INTERNATIONAL BUSINESS

Харкiвський нацiональний унiверситет iменi В. Н. Каразiна

¹*студент кафедри мiжнародного бiзнесу та економiчної теорiї,*

²*к.е.н., доц., доцент кафедри мiжнародних економiчних вiдносин iменi*

Артура Голiкова

м. Харкiв, Україна

Інновації – основна рушійна сила на шляху до успіху в бізнесі. Загострення конкуренції на міжнародних ринках вимагає нових підходів до розвитку бізнес-відносин, створення нових технологій та підвищення якості послуг.

У ХХІ ст. жоден бізнес не може обійтися без застосування у своїй діяльності новітніх інновацій. Особливо, якщо він пов'язаний з міжнародною комунікацією та прагне статусу клієнтоорієнтованого. Сьогодні спостерігається низка глобальних тенденцій у змінах та розвитку логістичних інфраструктур підприємств, які займаються міжнародним бізнесом, що безпосередньо впливають на напрями та перспективи розбудови потенціалу цих підприємств.

Головний інноваційний тренд сучасності – цифрова трансформація у логістичній діяльності підприємств. Інформаційні технології змінили сферу перевезень комерційних вантажів та допомагають рухати галузь уперед. Практично всі сучасні вантажоперевезення ґрунтуються на застосуванні інформаційних технологій та повсюдної цифровізації процесів, від комунікації з клієнтом до безпосередньо реалізації замовлень.

Умовно тренди з цифрової трансформації у сфері логістичної діяльності міжнародних підприємств можна поділити на дві групи. Перша — це мінімізація людського фактору, що тягне за собою підвищення прозорості, керованості та прогнозованості процесів. Другий тренд, актуальний для всіх ринків і який торкнувся сфери вантажоперевезень, — це створення екосистем, які об'єднують весь ланцюжок поставок, створюючи «безшовне» цифрове середовище. Подібний підхід дозволяє суттєво скоротити терміни на всіх

етапах вантажоперевезень, мінімізує можливість помилок, дозволяє з легкістю відстежити весь процес на будь-якому етапі та, зрештою, економить кошти клієнта [1].

Основними напрямками цифрової трансформації логістичної інфраструктури підприємств, які займаються міжнародним бізнесом, є наступні:

- IoT (Internet of things, Інтернет речей), завдяки якому можна контролювати, аналізувати та оптимізувати процеси на всіх етапах логістичного ланцюжка, а головне – здійснювати аналіз ефективності виконання логістичних операцій;

- хмарні технології, які дозволяють швидко масштабувати всю інфраструктуру та, як наслідок, свої послуги без принципового нарощування власних ресурсів;

- штучний інтелект, який оптимізує внутрішні процеси (наприклад, вибудовує оптимальні маршрути) та допомагає будувати нові моделі взаємодії з клієнтами. Штучний інтелект за допомогою технологій аналізу даних оперативно аналізує та прогнозує безліч показників на основі великої кількості даних;

- роботизація, яка дозволяє розвантажити співробітників від рутинних операцій (наприклад, від обробки заявок) і облікової інформації та підвищити ефективність та вмотивованість ручної праці в офісі. На складах у багатьох операціях можливе використання фізичних роботів. Перспективним можна назвати розвиток безпілотного транспорту або доставку дронами;

- інформаційна безпека – напевно, важливіший напрям. Високий рівень автоматизації та цифровізації в компанії вимагає особливої уваги до стабільності сервісу та збереження даних компанії та клієнтів.

Всі ці технології застосовуються на кожному етапі логістичного процесу, в системах управління складом, у процесі руху товару з метою моніторингу і трекінгу перевезень тощо [2].

Розвиток комунікаційних засобів та серверних систем призвело до можливості регулярного обміну між учасниками транспортного процесу всіма основними видами документів у електронній формі. Впровадження електронного документообігу дозволяє автоматично зберігати та обмінюватися товаротранспортними документами. Перевагами використання електронного документообігу є спрощена схема попереднього оформлення документів, скорочення витрат на їх оформлення, швидка передача документів, а також можливість інформаційного супроводу вантажу до місця призначення.

Важливий напрямок цифровізації логістики міжнародного бізнесу – електронне декларування, при цьому відбувається стрімкий перехід до використання хмарних технологій, тож очікується різке підвищення швидкості транспортної логістики за рахунок єдиного зберігання митних декларацій у хмарних сховищах. Використання цифрових технологій

митницями дозволяє підвищувати ефективність логістики, наприклад, упорядкувати митні декларації та прискорити митне оформлення [3].

Велике значення для підвищення ефективності логістики має штрихове та електронне кодування товарів, їх упаковок, контейнерів, тож стає можливим у будь-який момент визначати місцезнаходження та ідентифікувати товари. Подібні системи дають можливість здійснювати однозначну ідентифікацію вантажних одиниць (палет, контейнерів й т. ін.) протягом усього ланцюга постачання; оперативне та достовірне введення та отримання інформації про товар, вантажну одиницю, упаковку тощо; автоматизований облік наявності, руху та витрачання товарів; моніторинг та контроль над просуванням продукції; автоматизовану електронну обробку документів; зниження витрат, спрощення та прискорення процедури збору, обробки та виконання замовлень споживачів та процесів управління запасами.

Вдалим рішенням є створення та впровадження в дію цифрових логістичних центрів, які є базовими елементами в обслуговуванні міжнародних транспортних коридорів. Їх важливими функціями, за допомогою реалізації яких цифрові логістичні центри допоможуть досягти успіху міжнародним компаніям, мають стати:

- електронний обмін даними, документацією та іншою різною інформацією про перевезення, яка прискорить доставку вантажів;

- планування ланцюга поставок, яке покликано знизити логістичні витрати. Важливим критерієм у досягненні успіху для виробників стає гнучкість поставок, адже виробники намагаються скоротити запаси, менше зберігати на складах і більше виробляти безпосередньо на замовлення;

- планування мультимодальних перевезень (транспортування вантажів одним виконавцем, але кількома видами транспорту). Спеціальні комп'ютерні програми допомагають обрати оптимальний маршрут та види транспорту, а також розрахувати вартість доставки. У зв'язку з широким використанням смартфонів, з метою підвищення своєї конкурентоспроможності, підприємство може створювати власні мобільні застосунки, за допомогою яких можна буде розрахувати терміни та вартість доставки або зберігання вантажу;

- оперативне реагування систем на стан доріг та черг на кордонах, яке допоможе збільшити пропускну спроможність. Через збільшення кількості транспорту, проблемою сьогодні є затори на дорогах та великі черги на митницях. Для зменшення цього негативного ефекту розроблені різні мобільні додатки, які показують ситуацію на дорогах та кордонах країн у режимі реального часу [5].

За посередництвом цифрових логістичних центрів має відбуватися поєднання та інтеграція товарних, інформаційних, фінансових потоків та різних видів транспорту (залізничного, автомобільного, морського, авіаційного тощо). Ефективне управління товарними потоками за допомогою цифрових технологій забезпечує максимальний синергетичний ефект на основі координації різних видів транспорту. Цифрові логістичні центри

покликані оптимізувати внутрішні та зовнішні матеріальні потоки, різні види транспорту, а також супутні їм інформаційні, фінансові й сервісні потоки з метою мінімізації загальних логістичних витрат підприємств, що користуються послугами цифрових логістичних центрів

Сучасний цифровий логістичний центр – це синтез цифрової та логістичної платформ, на яких здійснюють свою діяльність усі учасники процесу доставки товарів та вантажів кінцевим споживачам. Логістичні центри є основними функціональними елементами міжнародних транспортнологістичних систем, що забезпечують скоординовану взаємодію учасників просування та обслуговування товаропотоків. Багатофункціональні термінальні комплекси розташовуються у вузлах транспортної мережі на перетині магістральних шляхів сполучення, тож вони мають гарантовано забезпечити клієнтів комплексним експедиційним та логістичним сервісним обслуговуванням.

Багато компаній займаються розробкою цифрових систем для безпілотних автомобілів, у тому числі вантажних. За допомогою спеціальних датчиків розпізнавання, камер, радарів, регуляторів швидкості здійснюється автономне керування автомобілем. Компанії Google та Mercedes-Benz вже представили свої розробки, які ще не можуть пересуватися в умовах поганої видимості на дорозі, при їхньому русі в населеному пункті потрібна участь водія, проте вони можуть впізнавати різні перешкоди та обмеження на дорозі. Впровадження безпілотних автомобілів у міжнародну логістичну систему – справа часу, оскільки переваги їх використання, незважаючи на велику початкову вартість на етапі впровадження, очевидні [7, 8].

Бурхливий розвиток цифрової економіки призвів до скорочення запасів на всіх етапах виробництва та споживання, що змінює системи виробництва у світовій економіці. Споживачі прагнуть індивідуалізації товарів та послуг. Система, характерна для традиційного підходу у виробництві, при якій виробник спочатку виробляє продукцію згідно з планом, а пізніше її реалізовує, замінюється на систему, характерну для логістичного підходу у виробництві, коли виробник починає виробництво лише після того, як отримає конкретне замовлення. Впровадження останньої системи потребує значних змін та удосконалень існуючої на підприємстві системи транспортної та складської логістики, цифровізації процесів та встановлення більш тісних партнерських відносин із постачальниками й споживачами. Дотримуючись концепції виробництва під замовлення, більшість міжнародних підприємств прагне формувати тривалі взаємини з постачальниками та скорочувати їх кількість. Внаслідок таких тісних партнерських відносин підприємство отримує матеріальні ресурси й продукцію необхідної якості, збільшуються гнучкість та надійність поставок, з'являється можливість створення єдиного цифрового простору, за допомогою якого можна перейти на систему управління запасами підприємства-покупця постачальником-продавцем. Сьогодні більшість торговельних підприємств як в Україні, так і за кордоном, для замовлення товарів у основних постачальників обмежуються однією-

двома онлайн-платформами, що синхронізуються із партнерськими базами за допомогою мережі Інтернет.

Отже, головними позитивними моментами тренду на цифровізацію логістичної діяльності підприємств можна виділити підвищення рентабельності перевезень за рахунок більш точного прогнозування процесів та зменшення людського фактору, оперативне реагування під умови ринку, що швидко змінюються, зниження вартості послуг за рахунок автоматизації процесів та оптимізації надлишкових операцій, підвищення прозорості всього ланцюга поставок, а також збільшення швидкості й своєчасності доставки за рахунок удосконалення планування всього логістичного процесу.

Література: 1. Гоменюк М. О. Розвиток логістики на основі впровадження процесів діджиталізації. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.2.51. 2. Коваленко О. О., Марценюк Т. О., Яворська І. О. Проблеми використання інформаційних логістичних систем на українських підприємствах. *Економічний простір*. 2015. № 19. С. 274–282. 3. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV. Дата оновлення: 01.02.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15> (дата звернення: 15.03.2023). 4. Про транспортно-експедиторську діяльність: Закон України від 01.07.2004 № 1955-IV. Дата оновлення: 01.01.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1955-15> (дата звернення: 15.03.2021). 5. Скіцько В. І. Цифрові технології сучасної логістики та управління ланцюгами постачання. *Маркетинг і цифрові технології*. 2018. Т. 2. № 3. С. 48–63. DOI: 10.15276/mdt.2.3.2018.3. 6. Matyushenko, I., Berenda, S., Shtal, T., Grigorova-Berenda, L. Logistics and Transport in Industry 4.0: Perspective for Ukraine. *Fifteenth Scientific and Practical International Conference «International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics»*. 2019. Vol. 67. DOI: 10.1051/shsconf/20196703008. 7. Maiboroda, O., Bezuhla, L., Gukaliuk, A., Shymanska, V., Momont, T., Pchenko, T. Assessment of Perspective Development of Transport and Logistics Systems at Macro and Micro Level under the Conditions of Industry 4.0 Integration. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol.21. № 3. P. 235–244. URL: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.3.32> (Last accessed 20.03.2023). 8. Schrauf, S., Bertram, P. Industry 4.0: How Digitization Makes the Supply Chain More Efficient, Agile, and Customer-focused. URL: <https://www.strategyand.pwc.com/gx/en/insights/2016/industry-4-digitization/industry40.pdf> (Last accessed 17.03.2023).

УДК 330.131

Щукіна А. М.

Shchukina A.

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ
DEVELOPMENT TRENDS OF THE INTERNATIONAL CREATIVE
INDUSTRY**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: д.е.н., професор Шкодін І. В.
м. Харків, Україна*

В умовах глобальної невизначеності розвитку міжнародного бізнесу все більш важливими для бізнесу стають навички креативного та нестандартного мислення, які впливають на конкурентоздатність бізнесу за рахунок швидкої

адаптації до змін. В результаті цього найбільш результативним сегментом глобальної економіки стає сектор креативних індустрій. Творчі індустрії створюють робочі місця, сприяють інноваціям та підвищують добробут суспільства. Важливість креативних індустрій полягає в тому, що вони є ключовим фактором інноваційної економіки. У той час як інновації є рушійною силою конкурентоспроможності для міжнародної компанії. Ідеї, процеси, продукти та таланти, які розробляють креативні індустрії, стимулюють продуктивність у цих галузях та за їх межами.

Спочатку творчі та культурні індустрії визначалися як індустрії, пов'язані з розвагами та мистецтвом, спеціально присвячені виробництву дисків, фільмів, книг, культурним послугам тощо. Нині дослідники поступово розширили визначення креативної індустрії, щоб включити майже всі галузі, які покладаються на креативність як стратегічний ресурс. UNCTAD визначає «креативні індустрії» як цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основний внесок [3]. У креативних індустріях ланцюжок створення цінності не є лінійним процесом, і кожен етап може бути ітеративним, а зворотний зв'язок з попередніх етапів може бути використаний для доопрацювання та покращення продукту або послуги. Крім того, ланцюжок створення цінності може змінюватися залежно від конкретної індустрії, продукту чи послуги. [5]

Торгівля творчими товарами та послугами приносить зростаючий прибуток для країн, але експорт творчих послуг значно перевищує експорт творчих товарів, цю тенденцію можна побачити на рис. 1.

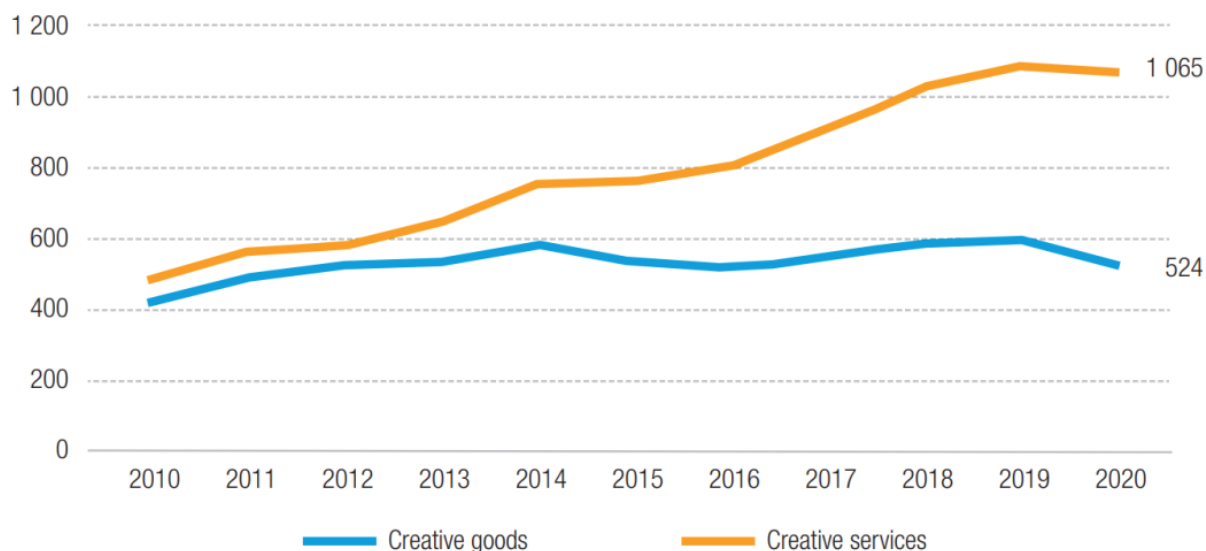


Рисунок 1 - Світовий експорт креативними товарами та послугами у млрд. дол США, 2010-2020 рр.

Джерело: [2]

Світовий експорт креативних товарів виріс з 419 мільйонів доларів США в 2010 році до 524 мільйонів доларів США в 2020 році, а світовий експорт креативних послуг зріс з 487 мільярдів доларів США до майже 1,1 трильйона доларів США за той самий період. Незважаючи на те, що експорт креативних товарів у період з 2010 по 2020 роки виріс в середньому на 2,4 % в рік відповідно до зростання загальної торгівлі товарами, ця цифра приховує велику частину неоднорідності в розвитку окремих секторів [2].

Через технологічний розвиток склад експорту креативних товарів суттєво змінився за останні два десятиліття. Експорт CD, DVD, касет, газет, та інших друкованих матеріалів зменшився, тоді як експорт носіїв інформації та відеоігор різко зріс. Продукти дизайну домінують у торгівлі творчими товарами. У 2020 році на товари для дизайну припадало 62,9% загального експорту творчих товарів, за ними йшли продукти нових медіа - 13,4%, ремесла – 8%, образотворче мистецтво - 6,2%, видавнича справа - 5,4%, аудіовізуальні товари - 3,1% та сценічне мистецтво -1% [2]. Експорт креативних товарів і послуг значно зріс протягом останніх кількох років завдяки збільшенню експорту програмного забезпечення та послуг з досліджень та розробок, а також так званій «дематеріалізації» певних креативних товарів – оцифрування товарів для VR/AR, Metaverse та ін.

Зростає також експорт творчих послуг. Частка всіх креативних послуг у загальному експорті послуг зросла з 12,3% у 2010 році до 17,4% у 2019 році. Крім того, через різке падіння світової торгівлі туристичними послугами частка креативних послуг ще більше зросла до 21,4% у 2020 році. Послуги програмного забезпечення, що становлять 39,3 % від загального експорту творчих послуг у 2020 році та дослідження та розробки - 33,2% є найбільш експортованими творчими послугами. Далі йдуть реклама, маркетингові дослідження та архітектура - 14,8%, аудіовізуальні - 8,6%, інформація - 3,5%, культурні та рекреаційні послуги - 0,5%. Загалом в період за 2010-2019 рр. креативні індустрії зростали в середньому на 5,8% на рік і зробили внесок у світову економіку в розмірі 7 трильйонів доларів США у 2019 році. Для порівняння у 2015 році світова ринкова вартість культурних та креативних індустрій оцінювалася у 2,25 трильйона доларів США [2].

Використання сучасних цифрових технологій підвищує конкурентоспроможність бізнесу креативної економіки. Штучний інтелект, доповнена та віртуальна реальність, Інтернет речей (IoT), блокчейн створили нові шляхи для виробництва, розповсюдження та споживання креативних товарів і послуг та збільшили кількість споживачів у всьому світі [1].

Найбільшими міжнародними компаніями креативної індустрії є Walt Disney Company, Comcast Corp., Netflix Inc., AT&T Inc., Tencent, Sony, Omnicom Group Inc.

Таблиця 1 – Фінансові показники компаній креативного сектора, 2021 рік

Компанія/ Показник	Walt Disney Company	Comcast Corp.	Netflix Inc.	AT&T Inc.	Tencent	Sony	Omnicom Group Inc
Прибуток, млрд. дол США	82,72	121,42	31,61	120,7	82,03	88,3	14,29
Частка на ринку креативних індустрій, %	19,8	13,6	4,1	14,7	9,6	7,3	2,1
Капіталізація, млрд. дол США	183,35	160,6	148,18	141,01	438,6	112,81	19,28
Грошовий обіг, млрд. дол США	6,0	29,5	1,9	48,7	19,2	12,0	1,4
ROI, %	4,37	7,6	16,7	-1,62	18,15	14,1	23,0
Приріст персоналу, %	15,79	12,5	13,27	-20,84	-4,5	0,73	3,49

Джерело: розроблено автором за [4]

Представлені вище показники свідчать про те, що компанії у креативному секторі є конкурентоспроможними. Walt Disney та Comcast мають високі доходи та частку ринку, що свідчить про їхню значну присутність на відповідних ринках. Висока капіталізація Disney та зростання кількості персоналу свідчать про те, що компанія успішно залучає інвесторів та розширює свою діяльність. З іншого боку, Netflix має меншу частку ринку та дохід, але набагато вищий показник рентабельності інвестицій, що свідчить про генерацію вищих прибутків для своїх акціонерів. Tencent, з найвищою капіталізацією і грошовим оборотом, має сильне фінансове становище, а його висока рентабельність інвестицій свідчить про прибутковість його операцій. Зменшення кількості робітників може також бути пов'язана з масштабним скороченням персоналу в цифровій сфері через інтенсивний розвиток ШІ в останні роки. Висока рентабельність інвестицій і зростання кількості персоналу Omnicom, незважаючи на відносно невеликий дохід і частку ринку, свідчать про те, що компанія змогла ефективно оптимізувати свою діяльність і людські ресурси. В той же час AT&T має від'ємне значення ROI, що свідчить про те, що компанія втрачає свою ефективність, це також відображається у скороченні п'ятої частини персоналу компанії. Доходи Comcast і AT&T вищі, ніж у Walt Disney, але вони мають меншу частку ринку, що свідчить про те, що вони стикаються з жорсткою конкуренцією на своїх ринках.

Рівень конкурентоспроможності компаній можливо проаналізувати за динамікою зростання доходів компаній (рис.1). Ми бачимо, що компанії, які активно слідкують за технологічними трендами та інвестують в інновації мають високий показник зростання доходів, такі як у Disney Company, Comcast, Netflix, Tencent. Помірний розвиток доходу мають такі компанії як, Sony та Omnicom. Ці гравці вже давно на ринку і показують постійне помірне зростання. В той час, як AT&T Inc, яка від самого початку спеціалізувалася на бездротових та дротових телекомунікаційних послугах, а згодом - інтернет-послугах та цифрових розвагах, показує тенденцію не тільки до зменшення доходності, але також до зменшення рентабельності інвестицій і великий показник зменшення персоналу.

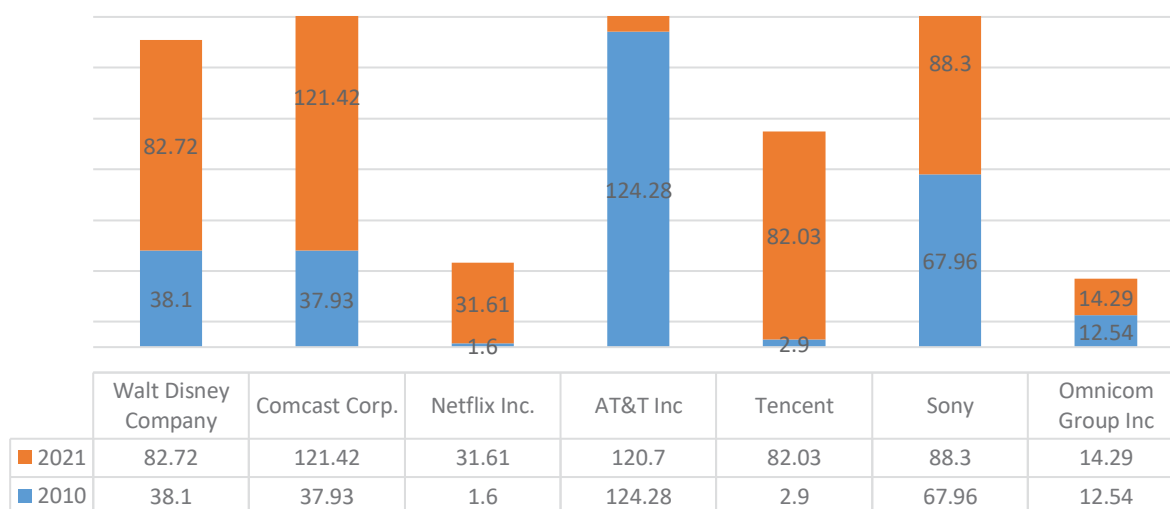


Рисунок 1 - Порівняння доходу компаній креативного сектора у 2010 та 2021 рр, млрд. дол США

Джерело: розроблено автором за [4]

Важливо відмітити, що саме інноваційний розвиток компанії забезпечує її конкурентоспроможність в умовах сучасного ринку. Концентрація конкуренції з роками буде тільки зростати, саме тому необхідно впроваджувати нові, цікаві споживачеві продукти. Підкреслимо, що саме креативність є ключовим рушієм цієї індустрії, і компанії, які можуть постійно створювати інноваційні та унікальні продукти, мають більше шансів на успіх.

Отже, креативні індустрії є важливим сектором для економічного зростання та розвитку не лише в сенсі додавання робочих місць чи розширення економічної діяльності, але й у сприянні економічної еволюції через внесок в суспільство нових тенденцій та розвитку інноваційних технологій. Це в свою чергу забезпечує більш швидкий прогрес у наукових дослідженнях та веде до створення нових потенційно високоприбуткових товарів та послуг. Це підвищить конкурентоспроможність бізнесу та забезпечить стійке довгострокове економічне зростання.

Література: 1. Шкодін І.В., Іващенко М.В. Цифрові трансформації міжнародного бізнесу. *Економічна теорія та право*. 2021. №4 (47). С. 8-25. 2. Creative Economy Outlook

2022. The international year of Creative Economy for Sustainable Development: Pathway to resilient creative industries. United Nations. 2022. 3-7 P. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022> (Дата звернення 15.04.2023)

3. Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. United Nations. 2008. 4 P. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf (Дата звернення 12.04.2023)

4. Macrotrends. The Premier Research Platform for Long Term Investors. URL: <https://www.macrotrends.net/> (Дата звернення 15.04.2023)

5. The Future of the Creative Economy Report 2021. Deloitte. 2021. 26 P. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf> (Дата звернення 13.04.2023)

СЕКЦІЯ V
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ БІЗНЕСОМ

УДК 658.849

Вовк Є. С.¹, Шедякова Т. Є.², Шиловцева Н. В.³

Vovk Y., Shediakova T., Shylovtseva N.

**ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗДІЙСНЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ
КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ
ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF INTERNATIONAL
BUSINESS IN THE INTERNET**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
¹студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,
²доцент закладу вищої освіти
кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
³к.е.н., доц., професор закладу вищої освіти
кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
м. Харків, Україна

Для сучасної економіки характерний бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, на основі яких виникають нові форми взаємодії у галузі міжнародного бізнесу. Наслідком економічної глобалізації стало виникнення віртуальної складової системи світогосподарських зв'язків, невід'ємною частиною якої є електронна комерція, що здійснюється через глобальну мережу Інтернет, та для якої характерна дистанційність операцій, що дозволяє продавцям та покупцям укладати угоди, перебуваючи на значній відстані один від одного, не перетинаючи національних кордонів. Швидкість поставки, високий ступінь інформаційного супроводу, відносна анонімність операцій, суттєва економія на транзакційних витратах, широкі можливості, які пропонують глобальні телекомунікаційні та соціальні мережі, а також інтегровані в них електронні платіжні системи – все це сприяє зростанню популярності електронної комерції у міжнародному бізнесі. Крім того, електронна комерція надає нові можливості розвитку для низки країн світу, що спеціалізуються на відповідних програмних продуктах та посередницьких послугах у режимі офшорних та аутсорсингових операцій (тобто операцій, що виносяться за межі країни резидентства основних замовників та споживачів). Багато великих транснаціональних компаній створюють ІТ-підрозділи, консалтингові бюро, кол-центри та віртуальні магазини за кордоном, в країнах з низьким рівнем оплати праці системних адміністраторів, телефоністів і консультантів. Програмні продукти та контент також часто замовляються у

підрядників у інших державах з мінімальними витратами на їх виробництво [1].

Комерційна діяльність міжнародної фірми в мережі Інтернет – відносно новий напрямок організації бізнесу у сучасній системі світогосподарських зв'язків. Під комерційною діяльністю в мережі Інтернет розумітимемо процес здійснення електронної комерції, тобто реалізацію звичайних для підприємства бізнес-процесів на базі комп'ютерних мереж таким чином, щоб потенційний клієнт компанії або користувач її продуктів міг віддалено через мережу Інтернет робити необхідні йому операції – вибір товару або послуги, купівлю, платежі, оформлення угод й т. ін. З такого визначення зрозуміло, що електронна комерція зазнала інтенсивного поширення лише після того, як достатня кількість фізичних осіб і компаній почала використовувати комп'ютери та Інтернет у своїй повсякденній діяльності.

Сьогодні між електронною комерцією та традиційними методами ведення бізнесу спостерігається досить великий розрив. Це, зокрема, характерно для роздрібною торгівлі товарами, яка вважається одним із локомотивів розвитку електронної комерції. Слід визнати, що електронна комерція розвивається випереджаючими темпами відносно традиційних методів ведення бізнесу (зростання становить 12–20 % на рік проти 2–11 % у традиційної торгівлі) [5].

Тож у чому переваги комерційної діяльності міжнародних підприємств в мережі Інтернет над звичайними методами ведення бізнесу та чому вона так швидко розвивається? Відповідь на це питання має низка чинників, які сприяють зростаючій популярності електронної комерції, а саме:

- глобальний доступ. Дротовим і бездротовим Інтернетом обплутана значна частина нашої планети, і наявний ступінь проникнення глобальної павутини в життя фізичних та юридичних осіб у будь-якій країні світу лише зростає. Тому практично з будь-якої точки світу кожен із нинішніх 4,95 млрд користувачів мережі Інтернет може бути клієнтом будь-якої компанії, яка веде свій бізнес за допомогою засобів електронної комерції;

- більш широке профілювання компанії, включаючи можливості ведення операцій міжнародної торгівлі. Асортимент продукції або послуг компанії, які працюють традиційними методами, обмежений тим набором, який є на складі або вказаний у прайс-листі. Асортимент у підприємств, які працюють із застосуванням засобів електронної комерції, теоретично може бути представлений всією сукупністю товарів та послуг, які пропонуються в рамках глобального економічного простору;

- безперервна робота 24 години на добу, сім днів на тиждень, 365 днів на рік гарантує придбання та постачання необхідної продукції у будь-який момент часу незалежно від вихідних та святкових днів. Це стає особливо зручним для споживачів з країн світу із жорстким трудовим законодавством, яке лімітує години роботи традиційних магазинів та сервісних компаній;

- висока ступінь персоналізації угод, тобто можливість запропонувати кожному клієнту те, що йому потрібно. На основі вивчення поведінки клієнта, статистики попередніх покупок, збору іншої інформації з мережі Інтернет

робиться висновок про вподобання кожного конкретного клієнта і йому при черговому відвідуванні віртуального магазину автоматично насамперед пропонується той набір товарів або послуг, які відповідають його інтересам. Зрозуміло, що з використанням традиційних методів ведення бізнесу це неможливо;

– економія витрат. Ця економія відбувається за рахунок мінімізації площ під склади, скорочення персоналу, істотного зменшення офісних приміщень (для нормального функціонування електронної комерції потрібні лише менеджмент підприємства, працівники, пов'язані з відвантаженням товару та оператори, які відповідають за обробку необхідної інформації). Інші бізнес-процеси підприємства або реалізуються самою системою, або можуть бути віддані на аутсорсинг, що значно скорочує вартість орендної плати, комунальних платежів, витрат на оплату праці персоналу та інші видаткові статті традиційних бізнес-структур [2].

Разом з тим, у комерційній діяльності за допомогою мережі Інтернет, як і у будь-якого іншого бізнесу, є певні недоліки, до яких можна віднести наступні:

– покупець в момент вчинення правочину не може оцінити реальні властивості придбаної ним продукції (спробувати, помацати, доторкнутися, понюхати, приміряти товар або отримати об'єктивне уявлення про характер послуги, що надається). Це основний недолік електронної комерції, що є наслідком дистанційності продажів та безособового характеру контактів покупця з продавцем і накладає обмеження на номенклатуру товарів, що пропонуються інтернет-магазинами, та послуг, що пропонуються на інтернет-порталах. Найчастіше з позиції покупця купується так званий «кіт у мішку» (наприклад, переліт рейсом компанії-авіадискаунтера, який може бути скасований без будь-якої компенсації з боку постачальника послуг, що знаходиться в іншій країні), а продавець не завжди впевнений у доброчесності клієнтури, яка може здійснювати платежі, наприклад, з використанням вкрадених кредитних карток. Подібні угоди часто виявляються поза контролем державних служб сертифікації, контролю за якістю та фінансовим наглядом, особливо це стосується транскордонних угод. Все вищезгадане підвищує потенційні ризики операцій, пов'язаних з електронною торгівлею, особливо в царині міжнародного бізнесу;

– операції в електронній комерції пов'язані з більшими ризиками непоставки товару або ненадання послуги та відмовами у поверненні сплачених коштів, ніж традиційні бізнес-операції. При традиційній торгівлі покупець завжди бачить товар та погоджує цікаву для нього послугу, яку він купує, передаючи продавцю готівку або розраховуючись іншими платіжними засобами. При здійсненні дистанційної угоди покупець діє переважно в режимі передоплати за поки що не поставлений товар або не надану послугу. Покупець бачить тільки фотографії, причому необов'язково саме того товару, який він збирається купувати, або опис послуги, яка може істотно відрізнятись за фактом від рекламованого продавцем (наприклад, якість готелю, що

оплачується через Інтернет, може залишати бажати кращого, так само як і гарантії заселення в нього навіть за факту оплати номера). При електронних платежах покупець спочатку здійснює оплату за товар або послугу, а потім чекає на його доставку або її надання. У разі транскордонних угод сплачених покупцем товар може бути затриманий і навіть конфіскований на кордоні митними органами без будь-якого повернення сплачених за нього грошей, а передплачена послуга, яка, припустимо, пов'язана з поїздкою на поїзді територією іноземної держави, може виявитися незатребуваною та фінансово некомпенсованою через те, що покупець не зміг вчасно прибути до пункту відправлення потяга з яких-небудь форс-мажорних причин (дуже часто повернення авіа- та залізничних квитків, куплених через Інтернет, суттєво ускладнено порівняно з традиційними квитками на паперових носіях, які купують у компанії-перевізника);

– численні питання викликає безпека здійснення електронних угод. Проблеми як з безпекою комп'ютерних систем в цілому, так із забезпеченням безпеки особистої інформації споживача в системах електронної комерції, безсумнівно, існують. Є чимало історій, пов'язаних із крадіжкою персональних даних покупців через підставні сайти інтернет-компаній та інтернет-банків (у тому числі тих, що знаходяться за кордоном, у країнах, з якими ускладнена взаємодія органів, які розслідують злочини в кіберпросторі), що призвело до втрат коштів з банківських рахунків. Існує також чимало історій, пов'язаних з розкраданням конфіденційної інформації про клієнтів компанії або банку, наслідком яких стають як переслідування з боку держави (наприклад, факти передачі баз даних деяких швейцарських банків податковим органам Німеччини та Австрії), так і шахрайські дії щодо таких клієнтів з боку кримінальних структур [4].

Отже, комерційна діяльність у галузі міжнародного бізнесу, що здійснюється за допомогою електронних засобів та мережі Інтернет, має як переваги, так і недоліки. Проте можна стверджувати, що електронна комерція здатна забезпечити значне збільшення ефективності окремо взятих підприємств та економіки в цілому. Впровадження цифрових механізмів та застосування електронних інструментів ведення бізнесу сприяє підвищенню результативності просування товарів та послуг, розширенню ринків збуту, розвитку взаємовідносин з цільовою аудиторією, а також знижує поточні витрати та скорочує час на обслуговування клієнтів, що є важливою конкурентною перевагою в умовах мінливого бізнес-середовища.

Література: 1. Капцош, В. Я. Стан та особливості розвитку інтернет-торгівлі товарами в міжнародному вимірі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2017. Вип. 13. Ч.1. С. 115–119. 2. Криша В. В., Колесник А. Р., Гессен А. Є. Ефективність діяльності підприємств в умовах розвитку електронних ринків. *Молодий вчений*. 2017. № 5 (45). С. 642–646. 3. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. Дата оновлення: 19.11.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 25.03.2023). 4. Скрипник Н. Є., Панасюк Т. С. Особливості розвитку інтернет-торгівлі у світовому просторі. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 6 (17). С. 310–316. 5. Caoui, E. H., Farronato, C., Horton, J. J., Schultz, R. Consumer Demand

with Social Influences: Evidence from an E-Commerce Platform. *NBER Working Paper Series*. 2022. Working Paper № 30351. P. 1–15. URL: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w30351/w30351.pdf (Last accessed: 25.03.2023).

УДК 334.726:330.341.1

Зелінський І. Р.

Zelinskiy I. R.

**РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ
КОРПОРАЦІЙ**

**THE ROLE OF INNOVATIONS IN THE DEVELOPMENT OF
TRANSNATIONAL CORPORATIONS**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Магістрант кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: д.е.н., професор Архієреєв С.І.
м. Харків, Україна*

Розвиток технологій є актуальною концепцією у сфері міжнародного бізнесу, бо за рахунок них можна досягти конкурентних переваг у поточному бізнес середовищі. Інновації є рушійною силою, що допомагають організаціям протистояти ринковим коливанням і впливають на їх довгострокове зростання. Розвиток інновацій спонукає міжнародні компанії до пошуку нових можливостей покращення діяльності компаній, тому і в подальшому розвиток підприємств буде спиратися на прийнятті швидких та якісних інноваційних рішень [1, р. 4].

Неможливо не позначити, що на даний момент існують численні тенденції розвитку світової економіки. Ці тенденції визначають середовище в якому реалізуються:

- 1) ріст обсягів та швидкості товарообміну;
- 2) країни, що розвиваються змінюють своє місце в міжнародному виробництві через трансформацію системи міжнародного поділу праці, що впливає на рух товарів та послуг у світовій економіці;
- 3) протиріччя між тенденцією до лібералізації економічних політик країн у світі та протекціонізму національних інтересів країн;
- 4) поступовий ріст поглиблення регіональної інтеграції;
- 5) інтенсифікація та масштабність глобальних проблем, яка змушує шукати більше нових шляхів для їх вирішення та нові способи співпраці, саме для цього найкращим варіантом є розвиток інновацій;
- 6) роль ТНК у світі зростає, що і змінює масштаби та охоплення форм міжнародних економічних відносин [2, с. 76].

Найбільша кількість ТНК базується в США і ця тенденція продовжується, це безпосередньо позитивно характеризує країну. Саме дані компанії як правило реалізують глобальні стратегії діяльності та є всесвітньовідомими.

Таблиця 1 – Найбільші компанії світу за рівнем капіталізації у 2022 році

Рейтинг	Назва компанії	Країна походження	Капіталізація, млрд. дол
1	Apple Inc	США	2850,0
2	Microsoft Corp	США	2311,0
3	Saudi Aramco OI	Саудівська Аравія	2298,0
4	Alphabet Inc	США	1842,0
5	Amazon Inc	США	1659,0
6	Tesla Inc	США	1114,0
7	Berkshire Hathaway	США	780,0
8	Nvidia Corp	США	685,0
9	Meta Platforms	США	605,0
10	TSMS	Тайвань	541,0

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Отож, можна з упевненістю сказати, що компанії походженням з США, ведуть активну у всіх галузях та сферах діяльність.

Ріст компаній забезпечується за рахунок використання кращих методів виробництва та більш кваліфікованої робочої сили, що у свою чергу впливає на розвиток інновацій, оскільки вони є джерелом вдосконалення методів виробництва та допомагають у якісному покращенні знань робітників. Тому ТНК і беруть на себе найбільшу роль інвесторів у інноваційні проекти в порівнянні з іншими бізнес-суб'єктами. Для вдосконалення своїх конкурентних стратегій компанії використовують інновації як основу конкурентоспроможності. Поступово інноваційна конкуренція виходить на нові рівні, цим самим вона обумовлює збільшення суперництва між різними формами бізнесу.

Таблиця 2 – Компанії лідери за розміром інвестицій в технологічний розвиток у 2022 році

Рейтинг	Назва компанії	Країна	Інвестиції, млн.євро.	Інтенсивність НДДКР, %
1	Alphabet	США	27866,8	12,3
2	Meta	США	21768,5	20,9
3	Microsoft	США	21642,2	12,4
4	Huawei	Китай	19533,8	16,0
5	Apple	США	19348,4	6,0
6	Samsung	Південна Корея	16812,8	8,1
7	Volkswagen	Німеччина	15583,0	6,2
8	Intel	США	13411,6	19,2
9	Roche	Швейцарія	13260,8	21,8
10	Johnson & Johnson	США	12991,3	15,7

Джерело: розроблено автором за даними [4]

На 50 найбільш інноваційних компаній припадає близько 40% загальних інвестицій у НДДКР, у середньому вони витрачають близько 13% від своїх річних чистих продажів. Більшість з цих компаній входить до топ 100 за капіталізацією, що й можна відзначити як вплив інновацій у розвиток ТНК. В основному НДДКР стосується сфери ІКТ, охорони здоров'я та автомобільної промисловості, де європейські компанії лідирують в автомобільних дослідженнях, а американські в розвитку сфери ІКТ. Інтенсивність НДДКР це

відношення інвестиції на НДДКР до продажів компанії, тобто це рівень зусиль, спрямованих на виробництво майбутніх продуктів і вдосконалення процесів, зберігаючи поточну частку ринку та збільшуючи ефективність роботи.

Потрібно відзначити, що ТНК які фігурують у рейтингах найбільш інноваційних компаній світу, можна умовно поділити на 3 групи:

1) “старі гіганти”, які намагаються вижити в нових технологічних галузях (Samsung, IBM), інновації з’явилися з часом через необхідність вижити на ринку і боротися за міцну глобальну конкурентну позицію;

2) ”новатори з минулим”, компанії які виникли на хвилі комп’ютерної революції 1970-1980-х років (Microsoft, Apple), вони отримують вигоду від глобалізації та лібералізації світової торгівлі та поширення ІТ;

3) ”молоді гравці” ці ТНК підживлювалися інноваціями, пов’язаними з Інтернетом, що допоміг їм стати глобальними гравцями за відносно короткий період часу (Amazon, Meta) [5, р. 77].

Один із чинників зростання ролі ТНК у створенні інноваціє, це те що, зростання доходів корпорацій та зниження вартості менших компаній, яке відбувається внаслідок криз, сприяє процесам їх поглинання. Характерним є те що малі компанії фінансують всі витрати на наукові розробки, а тоді їх викупує ТНК і використовує свої ресурси лише для комерціалізації нововведення тобто організації масового виробництва. У такому випадку корпорації формально не здійснюють вкладення у НДДКР, такий спосіб придбання технологій поширений у сферах обробки інформації та виробництва програмного забезпечення. Тож купівля перспективних підприємств є одним із засобів інноваційного розвитку ТНК [6, с. 3].

ТНК зазвичай отримують знання в країнах, де вони працюють, і перетворюють їх на інновації в країні, де вони знаходяться (місцеві інновації), або в інших країнах (глобальні інновації). В основному є два способи сприяння локальним і глобальним інноваціям один зосереджений на інвестиціях в НДДКР, а інший на обмінні ідеями з наявного запасу знань, тобто навчанні та соціалізації. Інвестиції в науково-дослідні розробки, які традиційно зосереджуються на створенні нових знань, допомагають компаніям легше включатися в місцеві інноваційні мережі і створювати інноваційні продукти, які є специфічними для країни. Компанії, які прагнуть сприяти місцевим інноваціям, повинні зосередити свої зусилля головним чином на збільшенні інвестицій у дослідження та розробки, щоб досягти ефективних результатів від джерела своїх знань. З іншого боку, підприємства, які прагнуть сприяти глобальним інноваціям, повинні зосередитися на навчанні та соціалізації своїх співробітників. Постачання знань як зсередини, так і ззовні за допомогою різноманітних механізмів також допомагає фірмам досягати кращих результатів інновацій, особливо в глобальному середовищі [7].

Як правило для підприємств з більшою кількістю працівників, більш значними активами та прибутками можливість застосовувати технології для вдосконалення продукції матиме більш вигідні умови. Крім того, швидкість

технологічних інновацій є вищою, особливо для ТНК. Підприємства постійно вдосконалюють і розробляють нові продукти, щоб задовольнити дедалі більші вимоги конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках [8, р. 4].

Проте інноваційна діяльність ТНК у країнах, що розвивається як правило не є складною, оскільки використовується здебільшого для адаптації продуктів і послуг до потреб і характеристик місцевого ринку. Цей відносно низький рівень науково-дослідної діяльності багатонаціональних підприємств узгоджується із загальними показниками науково-дослідної діяльності в Латинській Америці, Африці та менших країнах Азії. [9, р. 26].

Література: 1. Fernandez I. Innovation and international business: A systematic literature review. *Heliyon*. 2023. Vol. 9, Issue 1, № 12956. P. 1-14. DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e12956. 2. Ломачинська І. А., Аджадж Л. І. Інноваційна діяльність ТНК та її роль у розвитку світової економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 7. С. 74-78. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/7_2_2016ua/21.pdf (Дата звернення: 09.04.2023). 3. Global Top 100 companies by market capitalization: 2022 – Live draft. *PwC*. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/top100/pwc-global-top-100-companies-by-market-capitalisation-2022.pdf> (Last accessed: 09.04.2023). 4. Grassano, N., Hernandez Guevara, H., Fako, P., Nindl, E., Georgakaki, A., Ince, E., Napolitano, L., Rentocchini, F. and Tübke, A. The 2022 EU Industrial R&D Investment Scoreboard. *European Commission*. URL: <https://iri.jrc.ec.europa.eu/scoreboard/2022-eu-industrial-rd-investment-scoreboard> (Last accessed: 09.04.2023). 5. Mierzejewska W. Innovative Performance of Transnational Corporation. *Journal of management and financial Sciences*. 2018. Vol. 11. P.69-83. URL: https://ssl-kolegia.sgh.waw.pl/pl/KZiF/czasopisma/Journal_of_Management_and_Financial_Sciences_JMFS/Documents/06_Mierzejewska_31.pdf (Last accessed: 09.04.2023). 6. Смагло О. В. Інноваційно-інвестиційна діяльність транснаціональних корпорацій. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2018. Вип. 26. С. 33-36. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/8.pdf (Дата звернення: 09.04.2023). 7. Barakat L. Knowledge Management Mechanisms at MNCs and the Enhancing Effect of Absorptive Capacity. *AIB Insight*. 2022. Vol. 22, Issue 4. DOI: 10.46697/001c.38310. 8. Xinran Li, SzeTing Chen Modeling analysis of the correlation between duality innovation and multinational enterprise performance. *Frontiers*. 2022. Vol. 13. P. 1-8. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.1000153. 9. Grosse R. Innovation by MNEs in emerging markets. *Transnational corporations*. 2019. Vol. 26, № 3. P. 1-31. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2019d3a1_en.pdf (Last accessed: 09.04.2023).

УДК 339.97

Муренець І. Г.

Murenets I.

**ЯКІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ
В СУЧАСНИХ ЗМІНАХ МІЖНАРОДНОГО СЕРЕДОВИЩА
QUALITY OF COMPANY MANAGEMENT
IN TODAY'S CHANGING INTERNATIONAL ENVIRONMENT**

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
м. Харків, Україна

Останні зміни економічних процесів у світі, зокрема, COVID-19, воєнні дії в деяких країнах, розвиток науково-технічного прогресу, лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків, інтелектуалізація виробництва, інтенсифікація глобалізаційних процесів, підвищують турбулентність ринкового середовища. Велика кількість конкурентних компаній як на світовому ринку, так і в межах

національних економік зумовлює необхідність постійної адаптації компаній до ринкових перетворень.

Для високого рівня управління компанією необхідно розглядати та аналізувати якість управління на всіх рівнях управління (стратегічному, тактичному, оперативному), враховуючи певну їх єдність: єдиний інструмент управління – управлінське рішення, єдині функції управління, єдину інформаційну базу, єдиний об'єкт управління, єдину мету – підвищення якості управління компанією.

Якщо якість управління компанією досягається високого рівня, то вона отримує прибуток, досягає збільшення частки ринку й обсягів продажу, задоволеності працівників, тобто компанія є конкурентоспроможною, що зі свого боку впливає на рівень конкурентоспроможності регіону та країни в цілому [1-4].

В якості управління компанією необхідна збалансованість чинників виробництва і всіх видів ресурсів, які використовуються в діяльності компанії.

Основними функціональними завданнями стосовно управління компанією, для забезпечення досягнення основної мети, є:

а) планування (розробка завдань та планування стосовно їхнього досягнення);

б) організація (формування організаційних структур та розподіл обов'язків між персоналом компанії);

в) мотивація (направлення персоналу на якісне та ефективне виконання роботи, яка є в компанії в цілому);

г) контроль (аналіз отриманої інформації та рівня якості поставлених виконаних завдань);

д) оцінка (присудження рівня якості отриманим результатам).

Таким чином, основні функції управління компанією (планування, організація, мотивація, контроль та оцінка) виступають основними критеріями якісного управління відповідно до усіх рівнів управління.

Адже при зниженні рівня якості стратегічного управління, ми побачимо зміни в рівня якості тактичного та оперативного управління і навпаки, тому що якість усіх рівнів управління поєднана якісним управлінським рішенням, єдиними функціями управління, єдиною інформаційною базою, єдиним об'єктом управління та єдиною метою – підвищенням рівня якості управління компанією.

Діяльність компаній досить багатогранна. Вона охоплює виробничо-технічні, постачальницькі, збутові, фінансові й інші організаційно-економічні процеси компанії, що мають постійний взаємозв'язок з метою виробництва певної продукції, виконання робіт за умови підпорядкування кожного процесу спільній меті. Тобто в якості підсистем господарської діяльності компанії доцільно розглядати окремі сфери діяльності.

Але для того, щоб вижити компаніям під час постійних турбулентних змін в навколишньому середовищі замало просто якісно управляти компанією. Необхідно звернути увагу на те, яким чином компанія може адаптувати до цих

змін, на скільки вона може бути гнучкою та конкурентоспроможною серед інших компаній. Існують принципи, які було виокремлено для оцінювання якості управління компаніями.

Всі принципи забезпечення та оцінювання якості управління компаніями взаємозалежні між собою, оскільки їх сукупність забезпечує чіткість здійснення оцінювання, а отже в тій чи іншій мірі повинен застосовуватися кожен із зазначених принципів. Тому для здійснення оцінювання якості управління компанією, необхідно здійснювати аналіз, діагностику та моніторинг.

Загальноприйнятим в науковій літературі є поділ існуючих принципів управління на методологічні, методичні та операційні:

а) до методологічних принципів відносять загальні принципи, які характеризують оцінювання з концептуального боку і є незалежними від специфіки певного проекту;

б) до методичних принципів відносять принципи, котрі пов'язані з проектом, саме його специфікою;

в) до операційних принципів відносять саме ті принципи, які полегшують процес оцінювання.

Для оцінювання якості управління серед методичних та методологічних принципів пріоритетними є: науковість, адекватність, результативність, системність, обґрунтованість, об'єктивність, коректність, комплексність, цілєтворення, формалізованість та інтегрованість [2].

Можна сказати, що оцінювання якості управління компанією можна здійснювати на основі загальноприйнятих принципів в науковій літературі, враховуючи фактор часу, до яких слід віднести: принцип оцінювання «від загального до часткового», принцип оцінювання «від попереднього до загального оцінювання», принцип оцінювання, де сполучають динамічні та статистичні оцінки запропонованих показників та інші. Для оцінювання якості управління компанією здійснюється об'єднання показників, які можна розрахувати як кількісно так і якісно.

Проте відповідно до оцінювання саме якості управління, яка забезпечується функціональною організованістю, автором зазначено, що існують потреба в групуванні принципів оцінювання якості управління за такими групами: узгодженість, актуалізація, зосередження та лабільність, нейтралізація дисфункцій, які формують собою функціональну організованість під час управління компанією, адже під якістю управління компанією розуміється прецизійне зосередження функціональних завдань діяльності компанії на досягненні загальних, сумісних цілей внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів підприємства.

А під основною метою якості управління компанією – максимізувати інтегральний показник від ступеня актуалізації, сумісності, зосередження, лабільності і працездатності компанії.

Таким чином, якість управління необхідно розглядати на всіх етапах існування та здійснення діяльності компанії. Окрім цього, складність якості

управління відображається в складових, що зумовлює потребу в оцінюванні кожної з них.

Впровадження комплексного методичного забезпечення якості управління компанією дозволяє не просто поліпшити діяльність, забезпечити високу конкурентоспроможність компаній, знизити витрати, розширити ринки, оптимізувати діяльність у цілому, прискорити рух інформаційних потоків, а також підвищити якість управління компаніями в цілому та просто утриматися на плаву під час турбулентності навколишнього середовища, швидко зреагувати та адаптуватися до нових змін. Це, в свою чергу, забезпечить компаніям контроль над стабільністю та в найкращому варіанті - отримання додаткового прибутку, який можна спрямувати на подальший розвиток компаній.

Література: 1. Користь від впровадження і сертифікації сучасної системи якості. URL: <http://qsys.com.ua/uk> 2. Муренець І. Г. Технологія впровадження методичного забезпечення якості управління на промислових підприємствах. *Бізнес Інформ*. 2018. № 8. С. 263–268. 3. Муренець І. Г. Оцінка якості управління вітчизняними підприємствами в міжнародному середовищі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 3. Т.1. С. 12–17. 4. Муренець І. Г. Досвід зарубіжних підприємств щодо управління якістю. *Розвиток європейського простору очима молоді : економічні, соціальні та правові аспекти* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 28 квітня 2017 р. Харків, 2017. С. 2752–2757.

УДК 659.13:659.1.013

Тимошенко І. В.¹, Зорянська І. М.²

Tymoshenko I. V.¹, Zoryanska I. M.²

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОБҐРУНТУВАННЯ КОЛІРНИХ РІШЕНЬ У РЕКЛАМІ

COLOR PSYCHOLOGY IN ADVERTISING DECISION-MAKING

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

¹ *д.е.н., проф., професор кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії,*

² *студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
м. Харків, Україна*

Необхідною умовою досягнення рекламою її основних цілей є візуалізація рекламних звернень. У свою чергу, обов'язковою вимогою ефективної візуалізації будь-якого рекламного звернення є вибір релевантного колірної рішення.

Якщо йдеться про емоційно нейтральне рекламне повідомлення (Inform), то колір повинен сприяти зручності та простоті сприйняття інформації аудиторією (легкість та комфортність читання тексту, розпізнавання образів, декодування символів тощо). Якщо ж йдеться про емоційно навантажені повідомлення (Persuade, Remind), то колір має надати повідомленню додаткову яскравість, образність та креативність. Значущість та універсальність цих характеристик використання кольору в рекламі

визначають нагальність та актуальність дослідження психологічних основ обґрунтування колірних рішень у рекламі.

Психологія кольору як галузь психології, що вивчає вплив кольору на людську поведінку, емоції та когнітивні процеси, почала формуватися в 1950-і – 1960-і роки і поступово набула якості загальної методологічної основи обґрунтування та вироблення колірних рішень у рекламі та маркетингу в цілому.

Початок цього напрямку психології заклали роботи Фабера Біррена (Faber Birren) і Альберта Мерабяна (Albert Mehrabian), а найбільший внесок у його подальший розвиток зробили такі вчені та практики, як Френк Х. Манке (Frank H. Mahnke), Джун Маклеод (June McLeod), Курт Нассау (Kurt Nassau), Леатрис Айсман (Leatrice Eiseman), Ерік Спангенберг (Eric Spangenberg), Террі Лі Стоун (Terry Lee Stone), Норін Моріока (Noreen Morioka), Шон Адамс (Sean Adams), Патрісія Вальдес (Patricia Valdez), Річард Віскомб (Richard Wiscombe), Анжела Р. Лі (Angela R. Lee), Річард Г. Льюїс (Richard G. Lewis), Кейт Страшни (Kate Strachnyi).

Хоча трактування предметної галузі психології кольору в роботах цих авторів і має деякі відмінності, в головному вони єдині:

- визначають психологію кольору як галузь психології, що вивчає вплив кольору на людську поведінку, почуття та емоції;
- розглядають колір як дієвий засіб формування маркетингових комунікацій та створення ефективної реклами.

Реакції людини на колір залежать від багатьох факторів, включаючи фізіологічні, психологічні та культурні. Хоча фізіологічні чинники, такі як ступінь напруги зорового нерва чи рівень подразнення рогівки, відіграють певну роль у формуванні реакції людини на колір, їх вплив не слід переоцінювати.

І головне пояснення того, як кольори впливають на людські емоції та поведінку, пов'язане саме із психологічними факторами, такими як суб'єктивне сприйняття кольору, асоціації та емоційні реакції, що викликаються кольором.

З погляду психології, кожен колір має властивий йому характер, який визначає його емоційну значущість, свій власний спектр асоціацій. З одного боку, це ґрунтується на особистому життєвому досвіді конкретної людини, залежить як від її культурного бекграунду, так і від її поточного психофізичного та емоційного стану, настрою. З іншого боку, сприйняття кольору ґрунтується на загальному культурному контексті того суспільства, членом якого є людина – тих традиціях, звичаях, нормах та цінностях, які властиві суспільству в цілому.

Хоча результати досліджень впливу різних кольорів на емоції та поведінку людей мають певні відмінності, існують деякі загальні уявлення, що поділяються багатьма дослідниками. Наведемо деякі з них.

Червоний. Збудження, пристрасть, енергія. Може асоціюватися з небезпекою та спричиняти відчуття тривоги чи напруги. Можливі об'єкти реклами: автомобілі, алкогольні напої, спортивне обладнання та екіпірування.

Помаранчевий. Тепло, веселощі, оптимізм. Асоціації: енергія, дружелюбність. Об'єкти: ентертейнмент.

Жовтий. Сонячне світло, радість, енергія. Асоціації: оптимізм, інтелект, усмішки, дитинство. Об'єкти: їжа, напої, дитячі іграшки, туристичні послуги.

Зелений. Свіжість, природа, зростання. Асоціації: здоров'я, заспокоєння, екологія. Об'єкти: продукти, пов'язані із здоровим способом життя, органічні продукти, лікарські препарати.

Синій. Спокій, гармонія, умиротворення. Асоціації: прохолода, довіра, надійність, професіоналізм. Об'єкти: банківські послуги, охорона здоров'я, продукти ІТ-компаній.

Фіолетовий. Розкіш, таємничість, сила. Асоціації: містика, романтика, інтрига. Об'єкти: елітний ентертейнмент, модні люксові продукти, косметика, парфумерія.

Чорний. Елегантність, респектабельність. Асоціації: престиж, елітарність, ексклюзивність. Об'єкти: ювелірні вироби, автомобілі.

Не менший інтерес викликає і трактування складних кольірних рішень, що ґрунтуються на поєднанні різних кольорів, особливо контрастних – тих, що є найвиразнішими й, відповідно, є найбільш затребуваними у рекламних комунікаціях.

Червоний на жовтому. Жовтий на чорному. Асоціації, відчуття: найбільш виразні і легко помітні візуальні рішення; швидко привертають увагу до тексту або зображення; викликають відчуття терміновості та важливості. Перспективні напрямки використання: термінові оголошення, акції, розпродажі, знижки.

Чорний на білому. Елегантність, престиж. Люксові продукти та бренди.

Червоний на білому. Енергія, важливість. Змагання, спорт, швидке обслуговування.

Зелений на білому. Природа, свіжість, екологія. Здоровий спосіб життя, екологічно чисті продукти.

Синій на білому. Довіра, професіоналізм, впевненість. Банківські, фінансові, юридичні послуги.

Деякі відомі бренди використовують такі кольори та поєднання кольорів у своєму фірмовому стилі та логотипах: Apple – сріблястий/сірий та білий, Coca-Cola – червоний, FedEx – фіолетовий та помаранчевий, IBM – синій, McDonald's – червоний та жовтий, Nike – чорний та білий (а також жовтий, червоний та сірий), Pepsi – синій та червоний, Tiffany & Co. – бірюзовий, UPS – коричневий.

Хоча психологія кольору в рекламі на сьогодні досягла багатьох безперечних досягнень у виявленні закономірностей і форм впливу на аудиторію, у цій галузі все ще залишається багато невирішених і дискусійних

питань. Тому як найбільш актуальні, важливі та пріоритетні напрями подальшого вивчення психології кольору в рекламі можна визначити такі:

- вивчення культурних відмінностей у сприйнятті кольору в умовах глобалізації у різних країнах світу;
- дослідження впливу кольору на купівельну поведінку в різних ситуаціях купівлі та для різних форм організації торгівлі;
- порівняльний аналіз ефективності використання різних колірних комбінацій;
- вивчення впливу колірних рішень на ефективність брендингу;
- дослідження напрямів та форм вдосконалення використання кольору в цифровій рекламі.

УДК 339.543

Чистяков С. В.

Chystiakov S.

ДЕЯКІ СПОСОБИ УНИКНЕННЯ ПОДВІЙНОГО ОПОДАТКУВАННЯ

SOME WAYS TO AVOID DOUBLE TAXATION

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: к.е.н., доц. Легостаєва О. О.
м. Харків, Україна*

В умовах перебудови вітчизняної економіки, поява нових соціальних та економічних відносин у сучасному суспільстві й будівництво нової суверенної держави роблять податкову систему ключовим елементом. Податкова політика визначає характер і провідні цілі й завдання податкової системи й передбачає цілеспрямовану діяльність держави щодо встановлення та стягнення податків. Головною метою податкової політики є забезпечення фіскальної функції, а також підтримка регулятивної функції для зміцнення впливу механізму податку на відтворювальні процеси.

Проблема подвійного оподаткування стала предметом спеціального розгляду низки вітчизняних економістів та юристів-міжнародників, таких як В. Адрущенко, С. Баєв, С. Боровик, Л. Воронова, А. Гарбінська-Руденко, Л. Даценко, Ю. Дем'янчук, Р. Дєрнберг, Л. Жук, В. Карпов, О. Козирін, М. Кучерявенко, Л. Лазєбник, П. Мельник, О. Мещерякова, В. Нікітін, О. Остапенко, О. Погорлецький, Т. Проценко, О. Радченко, О. Савицька, Л. Савченко, С. Сутирін, М. Ткаченко, В. Шкарупа та ін.

Мета даної наукової розвідки полягає у з'ясуванні сутнісних характеристик та природи феномену подвійного оподаткування, а також визначення можливих способів зменшення його негативних наслідків і попередження такої ситуації.

Наголосимо, що сучасна вітчизняна податкова система досить схожа за своєю структурою на системи оподаткування країн Європи. Водночас, вона не

є ефективним інструментом, який може сприяти підвищенню конкурентоспроможності країни, а також відзначається значним рівнем тіньової економіки.

Загальновідомо, що всі платники податків виступають як у ролі резидентів, так нерезидентів. А відтак, необхідна конкретна система обліку всіх доходів і відповідних процедур їх оподаткування. У зв'язку з цим, кожна країна потребує створення ефективної системи обліку людських доходів, які отримуються громадянами країни в її межах та поза нею.

Переконані, що розроблення Податкового кодексу України, а також набрання ним чинності є важливою подією для українського суспільства [1].

Зауважимо, що світові держави мають різну нормативно-правову базу податкової системи, що уможлиблює здійснення подвійного оподаткування, у тому числі міжнародного. До того ж, подвійному оподаткуванню всередині держави сприяє і недосконалість національного законодавства.

Як зазначає Ю. Демянчук, на сучасному етапі розвитку суспільства, для підвищення достатку громадян країни та залучення інвестицій, важливо уникнути такого явища, як подвійне оподаткування. Цікаво, що поряд із платниками податків держави також зацікавлені в уникненні досліджуваного феномену. У разі відсутності означеного явища, податковий тягар може стати надто великим для досягнення фізичними та юридичними особами, які беруть участь у налагодженні міжнародних економічних відносин. А відтак, це може стати перешкодою для їх рівноправної участі в розподілі праці на міжнародному рівні [2].

Відомо, що подвійне оподаткування виникає, коли на один об'єкт оподаткування за той самий відрізок часу накладається один і той самий або аналогічним податок з боку одного платника податків.

Дефініція «подвійне оподаткування» визначається в контексті положень щодо попередження такого явища, як подвійне оподаткування. Такі визначення знаходимо в національній законодавчій базі різних держав. До того ж, сутнісні характеристики досліджуваного феномену містяться в міжнародних договорах у цій галузі.

Закцентуємо увагу на тому факті, що досліджуваний феномен може не лише застосовувати однакові податкові важелі у прямому значенні, але й має можливість виникати частковим накладанням одного об'єкта оподаткування на інший. Це явище може мати місце як у межах національної системи податків і зборів, так і між різними системами оподаткування. Причини виникнення національного подвійного оподаткування можуть бути внутрішньо- та зовнішньоекономічного й політичного характеру. Міжнародне подвійне оподаткування виникає через економічні передумови й суперечності між податковими законодавствами різних країн. У цьому випадку не обов'язково, щоб податки були ідентичними.

До таких економічних передумов відносять:

- значне поширення міжнародної економічної діяльності;
- інвестування закордоном;

- зростання ставок податку на доходи до такого рівня, що подвійне оподаткування стає перепорою для господарського обігу.

У контексті даної наукової розвідки вважаємо за необхідне зазначити, що подвійне оподаткування поділяється на зовнішнє та внутрішнє.

Зовнішнє подвійне оподаткування, що є міжнародним, виникає, коли одна особа оподатковується за однією базою у двох або більше державах протягом того самого періоду. Кожна держава зазвичай прагне збільшити власні податкові надходження, що може призвести до багатократного оподаткування. Це явище має негативний вплив на розвиток міжнародної торгівлі, заважає інтеграційним економічним процесам та ускладнює переміщення капіталів.

Внутрішнє подвійне оподаткування відбувається в межах однієї держави та означає сплату одного й того самого податку на різних рівнях адміністративно-територіального устрою. Воно може бути поділено на два види – горизонтальне та вертикальне. Горизонтальне оподаткування полягає у сплаті одного й того самого податку на різних територіях однієї держави. Наприклад, у Швеції на доходи потрібно сплатити як місцевий, так і державний податок. Цей вид оподаткування планується державою з метою збору додаткових фінансових ресурсів. Вертикальне подвійне оподаткування полягає в тому, що один і той самий податок стягується на різних рівнях адміністративно-територіального устрою, наприклад, на державному та місцевому рівнях.

Горизонтальне подвійне оподаткування виникає, коли на одному адміністративному рівні різні об'єкти оподаткування визначаються по-різному. Наприклад, США має яскравий приклад горизонтального подвійного оподаткування, де законодавство з оподаткування доходів суттєво відрізняється в різних штатах щодо визначення об'єкта оподаткування. У деяких штатах оподатковуються доходи громадян, отримані в межах цього штату, в інших – тільки доходи, отримані за межами штату, а в третіх – усі доходи осіб, які проживають або працюють як у самому штаті, так і за його межами. Зауважимо, що Україна також має приклад внутрішнього подвійного оподаткування, коли юридичні особи та їх акціонери оподатковуються одночасно.

Виділяють такі форми подвійного оподаткування:

- подвійне економічне оподаткування;
- подвійне юридичне оподаткування.

Під подвійним економічним оподаткуванням розуміють ситуацію, коли з однієї податкової бази стягують два і більше податків, і кілька осіб послідовно сплачують податок з одного і того самого доходу.

У випадку подвійного юридичного оподаткування один і той самий платник податків повинен сплатити подібні податки за один і той самий об'єкт оподаткування два або більше разів за один період, що призводить до збільшення податкового тиску на платника податків. Слід зазначити, що юридичне подвійне оподаткування обумовлене проблемами національного законодавства, а економічне – недосконалістю міжнародного права.

Переконані, що подвійне оподаткування має негативний вплив, оскільки збільшує податкове навантаження на платників податків, що негативно впливає на економічний розвиток країни. Тому, для кожної держави важливо вирішувати проблему подвійного оподаткування.

Зазвичай цю проблему вирішують шляхом укладення міжнародних угод. Взаємодія між державами у сфері фінансів відома з XVIII століття, коли були укладені перші угоди щодо адміністративної допомоги в оподаткуванні та обміну фіскальною інформацією між Бельгією та Францією (1843 р.) та між Бельгією та Голландією (1845 р.).

У подальшому, під керівництвом Ліги Націй, робота з усунення подвійного оподаткування поширилася на великі масштаби. У 1928 році була розроблена перша модель двосторонньої конвенції щодо усунення подвійного оподаткування, а її редакції оновлювалися в 1943 році (Мехіко) і 1946 році (Лондон). Коли 25 лютого 1955 року Рада Європейської економічної спільноти прийняла свою першу рекомендацію з усунення подвійного оподаткування, між її членами вже було укладено 70 подібних угод.

В умовах сучасної економіки виділяють два основні способи усунення подвійного оподаткування:

- односторонні заходи, передбачені національним податковим законодавством, які застосовуються владою даної країни без узгодження з іншими державами;

- багатосторонні заходи, які реалізуються за допомогою міжнародних угод та конвенцій про уникнення подвійного оподаткування.

Зауважимо, що методи уникнення подвійного оподаткування регулюються законодавчими актами. Наприклад, Податковий кодекс України містить загальні принципи застосування таких методів (ст. 13). До прийняття Податкового кодексу України це питання врегульовувалося статтею 18 Закону України «Про систему оподаткування» [3].

Рівень розвитку сучасного міжнародного співробітництва свідчить про велике значення проблеми врегулювання міжнародних відносин, особливо для країн, які намагаються привернути іноземні інвестиції, включаючи Україну. Згідно зі статтею 9 Конституції України, міжнародні договори, на які Верховна Рада України надала згоду на обов'язковість, є частиною національного законодавства України [5]. Україна вже уклала багато угод про уникнення подвійного оподаткування з іншими країнами, зокрема на 1 січня 2014 року діяли 68 таких угод [6]. Крім того, відповідно до статті 7 Закону України «Про правонаступництво України», Україна застосовує договори СРСР про уникнення подвійного оподаткування з Іспанією, Малайзією та Японією, які залишаються в силі до укладення нових договорів [7].

Отже, способи уникнення подвійного оподаткування включають укладення угод про уникнення подвійного оподаткування, використання податкових кредитів, оподаткування доходу в державі з менш високою ставкою податку та використання методу перерахунку. Укладення угод про уникнення подвійного оподаткування є найбільш популярним методом, що

дає можливість уникнути подвійного оподаткування шляхом встановлення правил для розподілу прибутку між двома країнами. Однак, для ефективного використання цих способів, необхідно мати ретельне розуміння законодавства кожної держави та звернутися за допомогою до кваліфікованих юристів та фахівців з податкового планування.

Література: 1. Податковий кодекс України. *Офіційний вісник України*. 2011. № 92. Т. 1. Ст. 9. 2. Демянчук Ю. Методи уникнення міжнародного подвійного оподаткування. *Часопис Національного університету «Острозька академія»*. 2011. № 3 (1). Режим доступу: <http://lj.oa.edu.ua/articles/2011/n1/11dyhmpo.pdf> (дата звернення 19.04.2023). 3. Про систему оподаткування: Закон України. *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 1991. № 28. С. 230. 4. Кучерявенко Н. Курс налогового права: в 6 т. Х.: Легас; Право, 2005. Т. 3: Учение о налоге. 2005. 600 с. 5. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 19.04.2023). 6. Про міжнародні договори про уникнення подвійного оподаткування: Лист Міністерства доходів і зборів України від 23 січня 2014 р. № 1535/7/99-99-12-01-03-17. Режим доступу: <https://www.pard.ua/uk/news/2014-01-29-11:43/> (дата звернення 18.04.2023). 7. Про правонаступництво України: Закон України від 12 вересня 1991 р. № 1543-ХІІ. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1543-12#Text> (дата звернення 18.04.2023).

УДК 339.9:330.341.1:005

Карпенко І.В.

Karpenko I.

**ДІЯЛЬНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖЕРА В
МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ
ACTIVITY OF INNOVATION MANAGER IN INTERNATIONAL
BUSINESS**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: док. екон. наук. проф. Архієреєв С.І.
м. Харків, Україна*

Сучасний світ характеризується швидким технологічним розвитком, зміною міжнародних економічних і політичних умов, а також зростанням конкуренції на міжнародних ринках. У цьому контексті інновації стають вирішальним фактором успіху міжнародних компаній.

Проблеми закономірностей розвитку інновацій в компаніях впровадження стратегій інноваційного менеджменту, їх сутність, взаємозв'язок з іншими стратегіями та категоріями, їх вплив на економічні показники та стан розвитку міжнародного бізнесу стало предметом дослідження європейських та американських вчених економістів, таких як К. Хавлічек [1], Т. Давіда [2], Д. Д. Деніз [3] та інших.

Метою статті є з'ясування сутності діяльності інноваційного менеджера в міжнародному бізнесі та характеристика специфіки його роботи, а також визначення впливу роботи інноваційного менеджера на роботу підприємства.

Неспроможність основної промислової політики досягти бажаного успіху змусила країни шукати нові навички. Захищені території для компаній і країн зменшуються через конкуренцію. Крім того, ринкових сил недостатньо, щоб перевести компанії та економіку у вигідне становище. З цих причин необхідно висувати та впроваджувати нові ідеї [3].

Наголосимо, що інновації дозволяють компаніям підтримувати конкурентоспроможність. У сучасному бізнесі, де технологічні зміни відбуваються швидкими темпами, компанії повинні постійно вдосконалювати свої продукти, послуги та процеси, щоб задовольнити потреби споживачів, що постійно змінюються. Менеджер з інновацій виступає в ролі ключової фігури, яка керує процесом виявлення нових можливостей, розробки та впровадження інноваційних рішень, а також координує команду експертів.

Немаловажним фактором є те, що менеджер з інновацій відіграє важливу роль у підтримці глобального зростання компанії. Міжнародні ринки створюють унікальні виклики, пов'язані з розмаїттям культур, правових рамок та економічних умов. Інноваційний менеджер повинен вміти адаптуватися до змін, визначати нові ринкові можливості, проводити дослідження та розробляти стратегії, які дозволяють компанії виходити на нові ринки та успішно конкурувати з місцевими.

Крім того, актуальність діяльності інноваційного менеджера в міжнародному бізнесі полягає в забезпеченні сталого розвитку компанії. У сучасному світі стійкий розвиток і соціальна відповідальність стають все більш важливими факторами успіху бізнесу. Менеджер з інновацій може сприяти розробці стійких інноваційних рішень, які забезпечують баланс між економічною вигодою, соціальною відповідальністю та екологічною стійкістю. Він може впроваджувати нові технології, які сприяють ефективному використанню ресурсів, зменшують вплив на навколишнє середовище та підтримують соціальні ініціативи.

Менеджер з інновацій бере на себе відповідальне завдання бути свого роду інтерфейсом або центром управління між керівництвом і співробітниками. Тому вміння боротися за інноваційні ідеї має бути такою ж частиною його основних компетенцій, як і переконливість, комунікативні навички та наполегливість [4].

Крім того, інноваційний менеджер у міжнародному бізнесі відіграє ключову роль у розробці стратегії компанії та її позиціонуванні на міжнародних ринках. Вивчає та аналізує світові тенденції, інноваційні рішення конкурентів, потреби споживачів у різних країнах та регіонах. На основі цих досліджень він розробляє стратегію, яка дозволяє компанії зайняти конкурентну позицію на світовому ринку та впроваджувати інноваційні продукти та послуги.

Менеджерам корисно визначити сфери, у яких інновації є найважливішими. Команди, які, як очікується, знайдуть інноваційні ідеї, можуть отримати вигоду від більшої гнучкості у прийнятті рішень, системи

звітності з меншими вказівками та структури, яка дозволяє їм швидко змінювати напрямки [5].

Ці фактори свідчать про те, що діяльність менеджера-новатора в міжнародному бізнесі є надзвичайно актуальною. Це дозволяє компаніям адаптуватися до змін, впроваджувати нові ідеї та технології, розширювати ринки та забезпечувати сталість та інноваційний розвиток. Така діяльність допомагає підтримувати конкурентоспроможність, залучати нових клієнтів і розширювати географію бізнесу.

Крім того, інноваційний менеджер у міжнародному бізнесі може сприяти вирішенню глобальних проблем. Це може стимулювати розробку інноваційних рішень, які спрямовані на боротьбу зі зміною клімату, енергоефективність, створення сталого виробництва та використання природних ресурсів. Така діяльність сприяє розвитку сталого бізнесу, покращенню життя людей та збереженню природи для майбутніх поколінь.

Також важливо поділитися додатковими характеристиками та позитивними змінами, які несе діяльність менеджера-новатора в міжнародному бізнесі.

Специфіка роботи менеджера-інноватора в міжнародному бізнесі полягає в розумінні та врахуванні глобальних аспектів і особливостей. Ключові аспекти включають міжнародні ринки, культурні відмінності, правові норми, економічні та політичні умови країн. Інноваційний менеджер повинен глибоко розуміти глобальне бізнес-середовище та вміти адаптуватися до його змін. Він співпрацює з міжнародними командами, визначає потенційні ринки, аналізує конкуренцію та розробляє стратегії, які дозволяють компанії успішно виходити на зовнішні ринки.

Крім того, інноваційний менеджер повинен прийняти правила, відомі як сім правил інновацій, щоб отримати вигоду від інноваційного процесу: сформувати сильне лідерство щодо інноваційної стратегії та портфельних рішень, інтегрувати інновації в діловий менталітет компанії, визначити обсяг і тип інновацій, сумісних з бізнесом компанії, керувати зв'язком між креативністю та захопленням цінностей, нейтралізувати організаційні антитіла, визнавати знання та мережу людей як основну одиницю для внутрішньої та зовнішньої діяльності організації, створювати показники та винагороди [2].

Діяльність менеджера-новатора в міжнародному бізнесі приносить позитивні зміни та переваги. Основні з них:

- Зміцнення конкурентоспроможності: інновації дозволяють компанії зайняти міцну позицію на міжнародному ринку. Менеджер з інновацій сприяє розробці та впровадженню нових продуктів, послуг і процесів, які дають компанії перевагу над конкурентами.

- Розширення географії бізнесу: менеджер з інновацій допомагає компанії знаходити нові ринки та можливості за межами національного ринку. Він розробляє стратегії виходу на міжнародні ринки, враховуючи місцеві

особливості та потреби споживачів. Це дозволяє компанії розширити свою глобальну присутність і збільшити клієнтську базу.

- Залучення талановитих фахівців: Робота в міжнародному бізнесі вимагає залучення кваліфікованих фахівців з різних країн. Інноваційний менеджер формує та керує командою з різних культур, мов та досвіду, що сприяє створенню мультикультурного та творчого середовища.

- Впровадження нових технологій: Керівник-новатор впроваджує нові технології в різні сфери діяльності компанії, що підвищує її ефективність і продуктивність. Нові технології дозволяють автоматизувати процеси, знизити витрати, підвищити якість продукції та надати нові можливості для розвитку бізнесу.

- Стимулювання інноваційної культури: робота інноваційного менеджера сприяє розвитку інноваційної культури в компанії. Це заохочує співробітників мислити інноваційно, бути креативними та постійно вдосконалюватися. Це стимулює появу нових ідей і сприяє постійному інноваційному розвитку організації.

Підводячи підсумки, можна сказати, що актуальність теми діяльності інноваційного менеджера в міжнародному бізнесі полягає в здатності компаній адаптуватися до змін, підтримувати конкурентоспроможність, сприяти стабільному та стійкому інноваційному зростанню, розробляти стратегії для глобальних ринків і вирішувати глобальні проблеми. Інноваційний менеджер є ключовим фактором досягнення успіху та стійкості міжнародних компаній у сучасному бізнес-середовищі.

Література: 1. Havlíček K., Thalassinou E., Berezkinova L. Innovation Management and Controlling in SMEs. *European Research Studies*. 2013. Vol. 14, No 4. P. 57 – 70. 2. Davida T., Epstein M. J., Shelton R. Making Innovation Work, How to Manage It, Measure It and Profit from It. New Jersey: Pearson Education, 2006. 368 p. 3. Deniz D. D. Innovation Management in Global Competition and Competitive Advantage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2015. No 195. P. 1365 – 1370. 4. Innovation management - 8 tips for successful strategies. *Greater*: web site. URL: <https://greater.com/en/innovation-management/> (last accessed: 20. 04. 2023). 5. Innovation Management: Definition, Methods, Plus 4 Key Areas. *Indeed*: web site. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/innovation-in-management> (last accessed: 20. 04. 2023).

УДК 339.187.44(477)

Обуховська О.В.

Obukhovska O.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТРЕНДИ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ CURRENT POSITION AND TRENDS OF FRANCHISING IN UKRAINE

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: доцент Кондратенко Н.Д.
м. Харків, Україна

Вважається, що франчайзинг почав зароджуватись у нашій державі у 1993 році. Пізніше у 2001 була заснована Українська Асоціація франчайзингу, що

успішно діє наразі та має на собі мету захищати інтереси підприємців, які працюють за франчайзинговими договорами та забезпечувати підтримку, захищати права та інтереси українських франчайзерів та франчайзі. [1] Важливо додати, що на початку 21 століття реальність була така: одиниці знали про франшизу, але більшість не розуміли що це. Відповідно, коли людей питають про франшизу, у першу чергу всі згадують про Макдональдс, хоча не всі знають, що протягом 14 років ця мережа була звичайним заміським кафе, поки не обрала для себе франшизу. Наразі в компанії налічується більше 38 тисяч точок у 121 країні (на кінець 2022 року). [2]

Сучасне положення франчайзингу в Україні приємно вражає: нараховується близько 600+ компаній, які продають свої франшизи; близько 30+ тис об'єктів працюють за франчайзингом, 6000 з яких продали Franchise Group. Тепер більш детально розглянемо франчайзингову діяльність в нашій країні у найскладніший період 2022-2023 рр. [3]

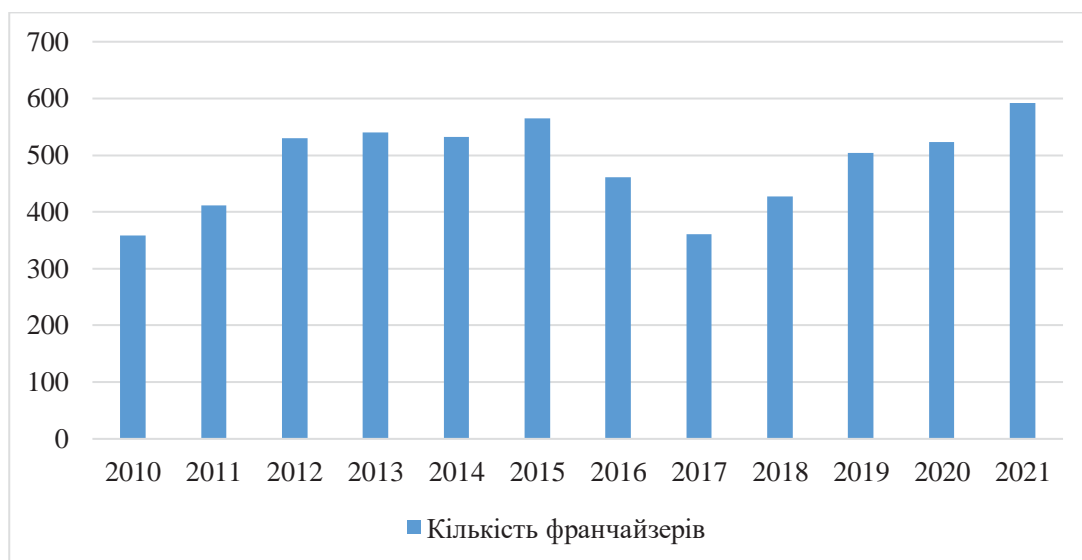


Рисунок 1 – Динаміка кількості франчайзерів в Україні 2010-2021 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Згідно з даних (рис. 1), на початок 2022 року в Україні було зареєстровано 592 компанії-франчайзери, які пропонують свої бізнес-моделі і можливість купити франшизу для їх розвитку. Ця кількість продовжує зростати, що відповідає загальному тренду розвитку франчайзингу. Варто зазначити, що ці компанії мають досвід продажу принаймні однієї франшизи та готові до подальшого масштабування.

Щодо динаміки кількості франчайзингових об'єктів, то вона характеризується зростанням (рис.2). Станом на початок 2022 року в Україні працювало 24 000 франчайзингових об'єктів. А ще ми бачимо динаміку, для компаній, які впроваджують франчайзинг, ця бізнес-модель стає ключовим напрямком бізнесу. Тобто компанії, які мають декілька об'єктів і впроваджують франчайзинг та зосереджуються на продажу самої франшизи. Що дозволяє компаніям дуже швидко рости, залучати інвестиції та капіталізувати вартість бізнесу. З іншої сторони, ми бачимо, що приблизно 20

000 підприємців вибрали для себе шлях розвитку бізнесу, через купівлю франшизи. що говорить про довіру до українських компаній франчайзерів, трендовість та прибутковість українського бізнесу. [3]

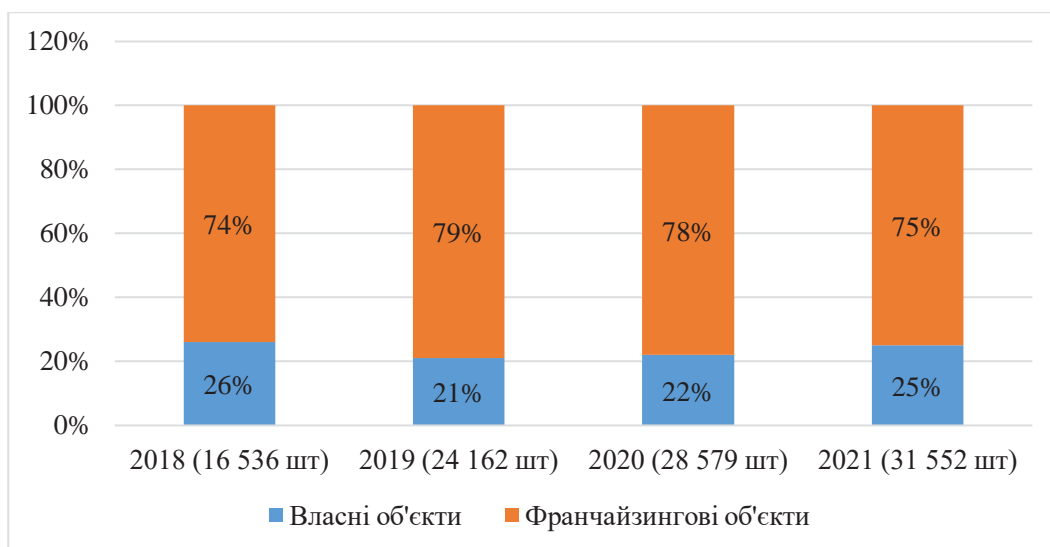


Рисунок 2 – Кількість власних та франчайзингових об'єктів в франчайзингових компаніях 2018-2021 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Варто зазначити, що українські компанії вже активно виходять на західні ринки, тоді як іноземні компанії закриваються в Україні. Це може бути пов'язано з різними факторами, але найважливішим з них є технологічний і системний розвиток українських компаній, які є великими гравцями на ринку та мають конкурентні переваги. Крім того, важко адаптуватися іноземним компаніям до нестабільної економічної ситуації в Україні, що також може стати причиною їхнього закриття. [4]

Щодо галузевих особливостей (рис. 3), то всі думають, що сфера громадського харчування посідає домінуюче місце, але справжній його пік тривав до 2015 року, і зараз по аналітиці перше місце займає сфера послуг (51%) – це логістика, навчання, охорона, медицина, сфера б'юті. Друге місце сьогодні займає ритейл, в основному продуктовий, але також трішки фешн. Також прогнозовано зріс ритейл через активну побудову власних виробництв, цю тенденцію зумовив COVID-19, а також бажання багатьох компаній виходити на міжнародні ринки з власним збутом. І третє місце посідає громадське харчування, а саме – 23%. І насправді це дуже класний показник, тому що він означає той факт, що Україні пішла в сервісну модель, що дуже приваблює світ.

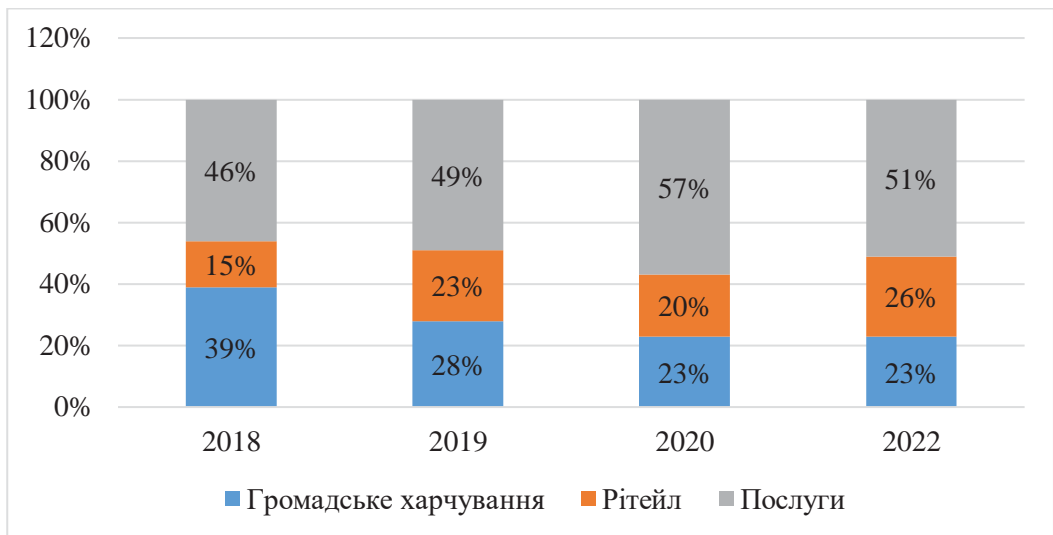


Рисунок 3 – Структура галузей франчайзингу в Україні у період 2018-2022 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Тепер з'ясуємо як повели себе франчайзингові мережі у воєнний час. Відомо, що 57% з усіх мереж не закрили жодного об'єкта. Більше того, майже половина усіх мереж в Україні з квітня активно масштабуються по франчайзингу, адже вони зрозуміли, що саме у цьому їхня сила. Адже зрозумівши, що вони можуть оптимізувати поставки, логістику, закупку сировини, робити ротацію кадрів і тд., почали зосереджувати свою діяльність на певній частині своїх об'єктів, тому зайнялись масштабуванням франчайзингу. Таким чином, саме цей показник говорить про силу та системність саме франчайзингових компаній. [5]

Якщо говорити про релокацію та потенційні країни до масштабування франчайзингового бізнесу (рис.4), то основним регіоном для масштабування вважається західна частина України – 40%, адже там майже не велися бойові дії. Щодо потенційних країн для масштабування, то до цього списку включають: Польщу, Німеччину, Чехію, США, Казахстан, Францію, Узбекистан, Іспанію та Канаду. Важливо зазначити, що це ті країни в які українські компанії хочуть продати свої франшизи і звідти власне надходить попит.

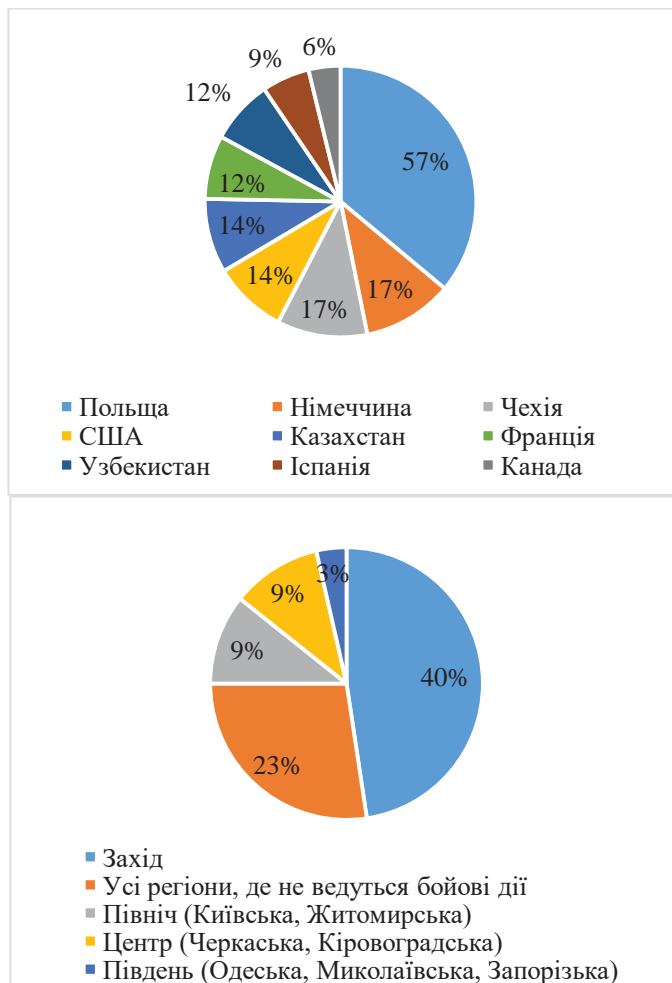


Рисунок 4 – Частка мереж, які обрали певні регіони України та певні країни для масштабування

Джерело: розроблено автором за даними [5]

Отже, проаналізувавши сучасне положення українського франчайзингу ми можемо стверджувати, що на українські франшизи стався дуже великий попит у світі. Дуже багато інвесторів, а особливо польських, стали цікавитись українськими франшизами, адже іноземці вважаються українські компанії дуже сервісними, мобільними, швидкими у прийнятті рішень, стійкість – саме це викликає величезне захоплення, тому що через війну про Україну дізнався увесь світ. Таким чином, сервісні франшизи (банки, медицина, ритейл) набули особливої популярності через свою швидкість та технологічність, та відсутність бюрократичності, чим не можуть похизуватися європейські країни.

Таким чином, франчайзинг – це і є головний тренд бізнесу в Україні. Можемо з впевненістю говорити, що ринок франчайзингу у нашій державі виросте в декілька разів після закінчення війни, тому що ми вже бачимо величезний попит. Навіть під час повномасштабної війни знаходяться підприємці, що бажають відкрити франшизу, що у свою чергу створить нові роботи місця та стовідсотково оживить економіку нашої країни.

Література: 1. Історія франчайзингу в Україні. *Franchise Capital*: веб-сайт. URL: <https://franchise-capital.com/blog/istoriya-franchajzingu-v-ukrayini/> (дата звернення: 28.02.2023). 2. Коротка історія величної мережі McDonald's. *Franchise Capital*: веб-сайт. URL: <https://franchise-capital.com/blog/istoriyi-velikih-franchajzeriv-mcdonalds/> (дата звернення: 05.03.2023). 3. Тренди франчайзингу. Franchise Group: веб-сайт. URL: <https://franchisegroup.com.ua/news/prodovzhu-mo-seriyu-zakhodiv-pro-franchayzing-u-2023-rotsi/> (дата звернення: 06.02.2023). 4. Більша половини франшиз не закрили свій бізнес у 2022: дослідження Franchise Group. *Ain Business*: веб-сайт. URL: <https://ain.business/2023/01/12/doslidzhennya-biznesiv-vidkrytyh-po-franshyzi/> (дата звернення: 30.03.2023). 5. Мирослава Козачук. Дослідження Franchise Group. *Журнал Forbes Ukraine*: веб-сайт. URL: <https://forbes.ua/company/popri-viynu-57-merezh-franshiz-ne-zakrili-zhodnogo-obekta-u-chomu-stiykist-franchayzingu-doslidzhennya-franchise-group-28122022-10805> (дата звернення: 30.03.2023).

УДК 339.944

Дмитрієва Д.О.¹, Лазаренко В.Є.²

Dmytrieva D., Lazarenko V.

**ОСНОВНІ НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ
СИСТЕМИ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ
MAIN DIRECTIONS OF STUDY AND IMPROVEMENT OF
HR MANAGEMENT SYSTEM IN INTERNATIONAL COMPANY**

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

¹студенка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²д.е.н., проф., професор закладу вищої освіти

кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

м. Харків, Україна

HR-менеджмент складає ключовий елемент системи управління будь-якого сучасного підприємства, від якого насамперед залежить якість роботи всіх категорій персоналу останнього. Його вдосконалення досягається шляхом оптимізації процесів найму, підбору та збереження кадрів, розробки та впровадження програм навчання та розвитку працівників, а також встановлення ефективної системи оцінки роботи персоналу. Крім того, покращення HR-менеджменту дозволяє збільшити задоволеність працівників роботою та зменшити текучість кадрів. Таким чином, вдосконалення системи HR-менеджменту є важливим інструментом забезпечення успішної діяльності будь-якої компанії, й особливо міжнародної [1, с. 69].

У свою чергу, первинним етапом вдосконалення процесів HR-менеджменту міжнародної компанії є докладний аналіз поточного стану її окремих складових, з чітким виокремленням наявних у кожній з них недоліків та проблем. Зокрема, дослідження допомагає виявити проблеми з наймом та підбором персоналу, недостатній рівень розвитку та помилки у розбудові системи навчання працівників, недоліки в методах оцінювання робіт та засобах мотивації праці персоналу. Наступним етапом стає вивчення

найкращих практик HR-менеджменту, яке може охоплювати різні аспекти управління персоналом, такі як: найм та підбір персоналу, навчання та розвиток працівників, оцінка роботи та мотивація персоналу, управління кар'єрним розвитком, забезпечення безпеки на роботі та інші. Вивчення найкращих практик можна проводити шляхом аналізу досвіду роботи конкурентів та схожих компаній, участі у конференціях та семінарах, залучення експертів з HR-менеджменту. Результатом цього процесу має стати розробка нових стратегій та підходів до управління персоналом, що дозволить істотно підвищити задоволеність працівників і через це забезпечити постійне зростання ефективності роботи компанії в цілому [2, с. 110].

Першим об'єктом вивчення у сфері управління людськими ресурсами слід вважати визначення реальних потреб компанії у персоналі. Для цього можна провести аналіз робочих місць та їх вимог, зробити прогноз на майбутнє розвиток компанії, враховуючи ринкові тенденції та інші фактори. На основі цих даних можна розробити стратегію розвитку персоналу, яка передбачатиме потреби компанії в робочій силі, які кваліфікації потрібні, і які треба навчати. Це дозволить компанії бути готовою до змін на ринку та швидко реагувати на нові виклики та можливості. Додатково, визначення потреб компанії у персоналі допоможе уникнути зайвих витрат на зарплати і надбавки для зайвого персоналу, який не потрібен компанії, тим самим забезпечуючи оптимальну кількість співробітників для виконання робіт [3, с. 301].

Аналіз ринку праці є важливим етапом управління людськими ресурсами, оскільки допомагає зрозуміти, які тенденції та перспективи розвитку ринку праці існують, які професії та спеціальності є найбільш затребуваними, і як компанії можуть залучати кваліфікованих співробітників. Аналіз ринку праці включає в себе дослідження зарплат, бенефітів та умов праці в різних компаніях та галузях, вивчення потреб ринку праці в певних професіях та спеціальностях, а також оцінку тенденцій розвитку ринку праці в майбутньому. На основі результатів аналізу ринку праці, компанії можуть налаштувати свою стратегію пошуку та залучення персоналу, залежно від специфіки ринку. Наприклад, якщо на ринку праці вимагається більше фахівців у певній сфері, компанії можуть сконцентруватися на привабленні таких кваліфікованих співробітників. Також, аналіз ринку праці допоможе компанії визначити конкурентоспроможність її пропозицій зарплат та бенефітів в порівнянні з іншими компаніями, що також є важливим чинником в привабленні та утриманні кваліфікованого персоналу. Правильно розроблена стратегія HR-менеджменту включає в себе такі елементи, як визначення цілей компанії та її потреб у персоналі, оцінку і розвиток працівників, мотивацію та збереження талановитих співробітників, а також ефективне управління зміною та конфліктами. Впровадження стратегії HR-менеджменту допомагає забезпечити відповідність компетенцій співробітників вимогам робочих місць, підвищити рівень задоволеності працівників та зменшити текучість кадрів [4, с. 13].

З іншого боку, постійне вдосконалення системи HR-менеджменту дозволяє компанії відповідати на зміни внутрішньої та зовнішньої ситуації. Наприклад, зміни в законодавстві, технологічному прогресі, ринку праці, або зміни в бізнес-моделі компанії можуть вимагати адаптації системи управління персоналом. Постійне вдосконалення також дозволяє компанії забезпечувати зростання та розвиток персоналу, що може бути ключовим фактором у досягненні бізнес-цілей [5, с 68].

Отже, аналіз поточного стану системи HR-менеджменту є первинним етапом процесу покращення ефективності управління персоналом міжнародної компанії, який дозволяє виявити наявні недоліки та проблеми і знайти шляхи їх розв'язання. Цей етап має доповнюватися вивченням найкращих практик HR-менеджменту, яке дозволяє позбутися застарілих підходів до управління персоналом та забезпечити постійне зростання задоволеності й ефективності роботи кожного співробітника, а через це – й вдосконалення системи управління персоналом міжнародної компанії в цілому.

Література: 1. Bratton, J. & Gold, J. (2017). Human Resource Management: Theory and Practice. Palgrave Macmillan. 2. Dowling, P. J., Festing, M., & Engle Sr., A. D. (2017). International Human Resource Management. Cengage Learning. 3. Шубалий, О. М., Рудь, Н. Т., & Гордійчук, А. І. (2018). Управління персоналом: підручник. Видавництво "Кондор". 4. Чернявська, О. В. (2013). Ринок праці: навчальний посібник. Львівський національний університет імені Івана Франка. 5. Stahl, G. K. (Ed.). (2012). Handbook of Research in International Human Resource Management. Edward Elgar Publishing.

УДК: 339.9:005.44:[316.722:316.77]

Kravchenko A.¹, Kondratenko N.²

OVERCOMING THE CHALLENGES OF MANAGING A GLOBAL TEAM

V. N. Karazin Kharkiv National

¹student of the Department of International Business and economic theory,

²Associate Professor of the Department of International Business and economic theory

Kharkiv, Ukraine

The modern world is becoming more and more interconnected every year. Many companies open branches, expand their activities abroad, thus creating global teams working in different time zones and cultures. And while these teams offer many benefits, they also present unique challenges that must be addressed in order to maximize their potential and achieve the highest performance. In this paper, I want to look at some of the best practices for managing global teams, as well as ways to solve the challenges that managers have to overcome; emphasize the importance of communication, trust and cross-cultural competence in building effective global teams.

The key factor that distinguishes successful global teams from unsuccessful ones is the level of emotional connection among team members, also known as social

distance. When team members are located in the same physical space, the social distance is typically low, allowing for formal and informal interaction, alignment, trust building, and a shared understanding of behavior. This leads to a congenial atmosphere that promotes effective teamwork, regardless of differences in background. In contrast, geographically dispersed coworkers face higher levels of social distance, making it difficult to connect and work together effectively. Therefore, the primary challenge for global team leaders is to find ways to mitigate social distance and foster effective interactions among team members.

Meetings are important opportunities for collaboration and should be treated as such. Since the time you have together is limited, use it effectively by working on a shared project or discussing ideas and concepts. To maximize the benefits of these time slots, establish a structure and share an agenda beforehand so that attendees can come prepared. Utilize tools like Zoom, Google Meet, or other virtual conferencing platforms. Encourage all participants to turn on their cameras to enhance the feeling of face-to-face interaction and promote team cohesion. [1]

It makes sense to schedule such meetings regularly and to organize online team buildings. Covid-19 showed us that working online is possible and became the impetus of developing online platforms, especially for internal communications. Among the online events that can unite the team, I would like to highlight the following:

1. Meet and chat - an event which takes place once a quarter. The purpose of the event is to gather employees, share news of the global team, reward the best employees, and draw a parallel between all existing teams, emphasizing a common goal. For this event, it's crucial to pay special attention to the host of the event, the design of the presentation.

2. Online townhalls – this event in a fact is a Q&A session between the leadership team and subordinates. An anonymous questionnaire should be created in advance, and the most consequential questions are discussed at an online event. Another advantage of town halls is the demonstration of a flat hierarchy, which in turn gives each employee the feeling that he is heard, his opinion is important, and the role in the company is as meaningful as the role of the manager.

3. Online corporate parties with a quiz dedicated to the company, prizes in the form of a trip to another branch for an excursion, etc.

In order to foster an environment of inclusivity and open communication, it is important to encourage all team members to share their perspectives. When employees feel comfortable expressing their opinions, it can show that their contributions are valued. This can be achieved by providing opportunities for team members to suggest new ideas, propose alternative solutions, and resolve any disagreements that may arise. When working with a global team, it is important to be aware of potential language barriers and to coordinate meetings that work for everyone's time zone. One approach is to schedule regular open discussions at the end of projects to ensure that all team members have the chance to participate equally. [2]

Effective knowledge sharing, decision making, coordination, and performance results are driven by good communication among coworkers. However, in global teams, social distance is likely to be heightened due to varying levels of fluency with the chosen common language, usually English, which may result in members who can communicate fluently exerting more influence while those who are less fluent may withdraw or become inhibited. To address this issue, it is important to enforce three communication rules during meetings to ensure that all team members are respected.

When dealing with international teams, scheduling meetings that suit everyone's time zones can be a challenge. However, it's crucial to ensure that all members have the opportunity to participate in meetings to avoid project delays and maintain engagement. One solution is to find a time that works for everyone and schedule a weekly meeting. During these meetings, team members can collaborate on projects and provide progress updates. Alternatively, you can offer two or three meeting times and allow team members to choose the one that suits them best. Be mindful that some team members may have to attend outside their regular business hours, and consider compensating them for their time accordingly.

If a team member is unable to attend a meeting, you can record it and share it with them later. This way, they can follow the discussion and contribute their input when they have the opportunity. Encourage an open discussion where everyone can share their thoughts and ideas. This can help foster a sense of teamwork and make all team members feel valued. [3]

Effective knowledge sharing, decision making, coordination, and performance results are driven by good communication among coworkers. However, in global teams, social distance is likely to be heightened due to varying levels of fluency with the chosen common language, usually English, which may result in members who can communicate fluently exerting more influence while those who are less fluent may withdraw or become inhibited. To address this issue, it is important to enforce three communication rules during meetings to ensure that all team members are respected.

Also vital to follow some basic rules during the Team Meetings. Tsedal Neeley in her article “Global Teams that work” differentiate next several rules. All team members should be guided by these three rules to ensure that influence on decisions is not dictated by fluency in the company’s lingua franca.

Table 1 – Communication guide for polylingual company

Fluent speakers	Less fluent speakers	Team leaders
Dial down dominance	Dial up engagement	Balance for inclusion
<ul style="list-style-type: none"> - Slow down the pace and use familiar language (e.g., fewer idioms). - Refrain from dominating the conversation. - Ask: "Do you understand what I am saying?" - Listen actively. 	<ul style="list-style-type: none"> - Resist withdrawal or other avoidance behaviors. - Refrain from reverting to your native language. - Ask: "Do you understand what I am saying?" - If you don't understand others, ask them to repeat or explain. 	<ul style="list-style-type: none"> - Monitor participants and strive to balance their speaking and listening. - Actively draw contributions from all team members. - Solicit participation from less fluent speakers in particular. - Be prepared to define and interpret content.

Source: [4]

Nowadays, technologies are developing very quickly, they help to automate and improve work processes, even related to interpersonal communication. Starting with standard Office 365 programs such as Teams, Outlook, Sharepoint, which are important work tools, ending with applications that will help establish interpersonal communication and improve project management.

Table 2 – Software for team management

Name	Description
Microsoft Teams	Microsoft Teams is an all-in-one messaging app designed for organizations to facilitate real-time collaboration and communication, share files and applications, conduct meetings, and even use emojis. [5]
Microsoft Outlook	Microsoft Outlook is a software system designed by Microsoft that functions as a personal information manager. It is available as part of the Microsoft Office and Microsoft 365 software suites. In addition to being a highly regarded email client for businesses, Outlook offers numerous features such as calendaring, contact managing, task managing, note-taking, journal logging, and web browsing.[5]
SharePoint	Organizations use Microsoft SharePoint to create websites. They also use it as a secure place to store, organize, share, and access information from any device.[5]
Yammer	Yammer is an internal communication network from Office 365. The main purpose - to establish the platform for co-workers to share updates and news from workplace.[5]
Asana	Asana is a top-tier software for collaborative project management that caters to teams regardless of their size or geographic distribution. Asana streamlines collaboration among you, your teams, and your stakeholders, facilitating efficient attainment of business objectives. [6]
Townhall Space	Townhall Space is an innovative platform that enables users to conduct and participate in virtual corporate events like town hall and all-hands meetings, conferences, team buildings, and other corporate events in an immersive 3D virtual environment. It's an essential resource for promoting remote team collaboration and enhancing hybrid or remote work. [7]

Source: developed by the author based on data [5,6,7]

Each tool on this list serves a particular purpose and caters to different business needs.

To sum up, while managing global teams can be challenging, it can also be fulfilling and prosperous when approached correctly. It requires efficient communication, effective leadership, and the use of appropriate tools and technology. Successful global team management is dependent on prioritizing team building, embracing diversity and inclusivity, and remaining flexible and adaptable. By implementing these principles, organizations can build a strong and productive global team culture that promotes success and innovation. Therefore, businesses can overcome the complexities of global team management and unleash the full potential of their global workforce.

Literature: 1. Global Team Management: 10 Proven Strategies for Success. Northwest Executive Education. URL: <https://northwest.education/insights/careers/10-ways-to-manage-a->

global-team-successfully/ (date of access: 22.04.2023). 2. 11 Tips for Managing a Global Team for International Success. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/managing-global-team>. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/managing-global-team> (date of access: 22.04.2023). 3. Silverman S. Council Post: Managing An International Team: Six Tips For Leaders In The Global Business Environment. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/04/29/managing-an-international-team-six-tips-for-leaders-in-the-global-business-environment/?sh=79d68c8e5177> (date of access: 22.04.2023). 4. Global Teams That Work. Harvard Business Review. URL: <https://hbr.org/2015/10/global-teams-that-work> (date of access: 22.04.2023). 5. Microsoft Office. URL: <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/products-apps-services> (дата звернення: 22.04.2023). 6. Asana Work Management - Features, Uses & Product • Asana. Asana. URL: <https://asana.com/product> (date of access: 22.04.2023). 7. Townhall Space: your best corporate meeting platform. Townhall. URL: <https://townhall.space/> (date of access: 22.04.2023).

УДК 339.9:339.138

Усова Ю.С.

Usova Y.

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗЕНСІ MODERN MARKETING IN INTERNATIONAL BUSINESS

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
науковий керівник: д.е.н., проф. Тимошенко І.В.
м. Харків,

В епоху, коли компанії можуть продавати та доставляти свою продукцію споживачам у всьому світі за лічені дні, легко забути, як функціонували ринки до епохи цифрових технологій та інновацій у транспорті. Глобальні маркетингові кампанії мають бути гнучкими та адаптованими за всіма кордонами. McDonald's, KFC, Pepsi тощо мають філії по всьому світу. У глобальному маркетингу глобальний штучний інтелект на світовому ринку вивчається через аналітичну платформу, контроль вмісту, динамічне ціноутворення, автоматизацію продажів і маркетингу, пошукову рекламу, рекламу в соціальних мережах і віртуального помічника. Гнучкий маркетинг виступатиме як ключ. [4]

Сучасний маркетинг в міжнародному бізнесі включає в себе використання різних інструментів та стратегій, які допомагають підприємствам залучати та утримувати клієнтів на міжнародному рівні. Для досягнення успіху в міжнародному маркетингу необхідно мати глибокі знання про різні культури та менталітети, а також знати особливості місцевого ринку.

Основні інструменти міжнародного маркетингу включають:

1. Дослідження ринку - це дозволяє підприємствам зрозуміти потреби та вимоги місцевих клієнтів.

2. Реклама - це дозволяє підприємствам залучати нових клієнтів та зберігати існуючих.

3. Прямий маркетинг - це дозволяє підприємствам залучати клієнтів безпосередньо, через пошту, телефонні дзвінки, електронну пошту та інтернет.

4. Піар - це дозволяє підприємствам залучати увагу до свого бренду та продуктів.

5. Соціальні медіа - це дозволяє підприємствам залучати та взаємодіяти з клієнтами через соціальні мережі.

6. Спонсорство - це дозволяє підприємствам залучати увагу до свого бренду та продуктів за допомогою спонсорства подій, спортивних команд та ін.

7. Онлайн-маркетинг - це дозволяє підприємствам залучати та утримувати клієнтів через інтернет.

Важливо також звернути увагу на різні мови та культури, які існують у різних країнах. Підприємства повинні мати глибокі знання про місцеві культурні особливості та мовні бар'єри, щоб забезпечити ефективну комунікацію зі своїми клієнтами на міжнародному рівні.

Комплекс маркетингу, що включає продукт, ціну, місце та просування, є важливою частиною процесу прийняття маркетингових рішень, які визначають ефективність маркетингової діяльності. ([1])

Продукт включає такі домени, як якість, упаковка, характеристики, маркування, розміри, торгова марка, сервіс, політика щодо продукту, проектування та використання. ([3])

Ціна включає в себе прайс-лист, знижки, час платежу, кредитні умови та надбавки, цінову політику, стратегії та методи. ([2])

Розподіл включає канал розподілу, місце та покриття, запаси, транспорт та магазини. [3]

Просування охоплює стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю та рекламу, особистий продаж та рекламу. У глобальному маркетингу на ціну впливають державні закони, конкуренція, рівень наявного доходу покупця, еластичність попиту на продукт, характер ринку, собівартість виробництва та мета ціноутворення.

Сучасний маркетинг в міжнародному бізнесі включає в себе використання різних інструментів та стратегій, щоб привернути увагу клієнтів з різних країн, збільшити продажі та підвищити свідомість про бренд. Ось кілька прикладів сучасного маркетингу в міжнародному бізнесі:

1. Глобальна цифрова реклама: це включає в себе використання цифрових каналів, таких як Google та Facebook, для реклами продуктів та послуг в різних країнах. Наприклад, компанія Coca-Cola використовує рекламну кампанію "Taste the Feeling" в більш ніж 200 країнах. ([5])

2. Локалізація веб-сайту: це означає адаптацію веб-сайту до мови та культури країни, де він використовується. Наприклад, ІКЕА має окремі веб-сайти для різних країн, де вони продають свої товари.

3. Спонсорські заходи: компанії можуть стати спонсорами міжнародних подій, таких як Олімпійські ігри або Чемпіонат світу з футболу. Наприклад,

компанія Adidas є спонсором Чемпіонату світу з футболу, і використовує це для просування своєї продукції в різних країнах. [6]

4. Інфлюенсер-маркетинг: це використання впливових осіб в соціальних мережах для реклами продуктів та послуг. Наприклад, компанія L'Oréal співпрацює зі знаменитостями, щоб просувати свої косметичні продукти в різних країнах.

Ці приклади показують, що сучасний маркетинг в міжнародному бізнесі повинен бути адаптований до різних культур та мов, використовувати цифрові технології та співпрацювати зі знаменитостями, щоб залучити увагу клієнтів з різних країн.

Література: 1. Kotler, P , Armestrong , G. Principles of Marketing , 11th Edition , New York: Prentice Hall, 2005 2. Kotler , P , Keller , K.(2016). Marketing Management, 15th global edition , Pearson education limited 2016 3. Kozak, Yuriy ,Smyezek , Slawomir. International Marketing, University of Economics , University, 2015 4. DrSurabhi Singh, "Role of marketing in Global Business Management", 2020, URL: <https://timesofindia.indiatimes.com/readersblog/marketing-swan/role-of-marketing-in-global-business-management-24640/> (дата звернення 20.04.2023) 5. "TASTE THE FEELING", URL: <https://www.coca-cola.ie/marketing/campaigns/iconic/taste-the-feeling> (дата звернення 20.04.2023 6. Seb Joseph " Adidas nets World Cup sponsors victory", 2014, URL: <https://www.marketingweek.com/adidas-nets-world-cup-sponsors-victory/> (дата звернення 20.04.2023)

СЕКЦІЯ VI
ГЛОБАЛЬНІ ФІНАНСИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

УДК 339.727.24

Зварич І. Я.¹, Бродовська О.Г.², Кравчук Д.В.³
Zvarych I.¹, Brodovska O.², Kravchuk D.³

СТАЛЕ ФІНАНСУВАННЯ ТА СТАЛІ ІНВЕСТИЦІЇ
«ЯКИЙ СВІТ ЗАЛИШАТЬ МОЇ ІНВЕСТИЦІЇ МОЇМ СПАДКОЄМЦЯМ»

Західноукраїнський національний університет
¹Завідувач кафедри міжнародної економіки
²Докторант кафедри міжнародної економіки
³PhD студент кафедри міжнародної економіки
м. Тернопіль

Стале фінансування є широким терміном і часто використовується як синонім із зеленим фінансуванням, незважаючи на те, що останнє є вужчим за значенням. Це стосується прийняття інвестиційних рішень, які враховують не лише фінансову віддачу, але й екологічні, соціальні та управлінські фактори. Стале фінансування стосується процесу врахування екологічних, соціальних та управлінських міркувань (ESG) під час прийняття інвестиційних рішень у фінансовому секторі, що призводить до більш довгострокових інвестицій у сталу економічну діяльність і проекти [3].

Згідно з визначенням Світового банку, зелене фінансування – це фінансування проектів, які сприяють – або мають намір сприяти – збереженню, відновленню та сталому використанню біорізноманіття та екосистемних послуг. Між тим, фінансування озеленення зосереджено на спрямуванні фінансових потоків від проектів, що негативно впливають на біорізноманіття та екосистеми, на проекти, які пом'якшують такий вплив – або переслідують позитивний вплив на навколишнє середовище як супутню вигоду. Ці підходи доповнюють один одного, і разом вони пропонують важливу можливість для посилення зусиль для досягнення цілей відновлення екосистем і ланцюжків створення вартості без знищення лісів, водночас забезпечуючи переваги пом'якшення та адаптації, яких потребує планета.

Варто виокремити необхідні тенденції в сталому фінансуванні [1,2] :

- Державні і приватні інвестиції у природокористувальні рішення.
- Розширення фінансування відновлення екосистеми.
- Усунення розриву у фінансуванні природокористування.
- Інклюзивне фінансування стійких ландшафтів.

Стале інвестування (або, як його називають деякі, відповідальне інвестування) не є чимось новим, але воно зазнало певної еволюції. Те, що почалося кілька десятиліть тому як дещо базова етична оцінка ділової активності, переросло в більш повну інтеграцію екологічних, соціальних і управлінських (або ESG) факторів за допомогою кількісних і якісних оцінок. Сталі інвестиції спрямовані на більш точне вимірювання бізнес-ризиків 21-го століття, які можуть мати несприятливі наслідки для суспільства чи навколишнього середовища або вплинути на фінансові показники, та визначення відповідних можливостей. Це також породило багато нових фінансових продуктів, таких як ESG-спеціалізовані біржові фонди (ETF) і зелені облігації.

17 вересня 2020 року Комісія ЄС представила свій кліматичний цільовий план на 2030, який передбачає підвищення цілі скорочення викидів на 55% до 2030 року порівняно з 1990 роком. ЄС має інвестувати приблизно 350 мільярдів євро щороку протягом десятиліття 2021-30 років ніж протягом попереднього десятиліття, щоб досягти цих кліматичних та енергетичних цілей до 2030 року. ЄС уже надає поштовх для залучення необхідних інвестицій через Європейський фонд стратегічних інвестицій та інші ініціативи. Однак масштаб інвестиційної проблеми не під силу лише державному сектору. Фінансовий сектор відіграє ключову роль у досягненні цих цілей. Це може переорієнтувати інвестиції на більш стійкі технології та бізнес, довгостроково фінансувати стабільне зростання та сприяти створенню низьковуглецевої, стійкої до зміни клімату циркулярної економіки.

Стале інвестування не може вижити як окрема категорія, де інвестори кладуть гроші в окремий кошик, щоб почуватися добре. Якби це було так, це означало б, що всі інші інвестиції були «нежиттєздатними», що не могло працювати довго. Іде мова про те, щоб стале інвестування стало нормою. Якщо він залишиться лише приємним доповненням – це дискваліфікує фінанси як інструмент вирішення сучасних глобальних проблем.

Стале інвестування залишатиметься стабільною довгостроковою тенденцією. Інвестори в усьому світі все частіше запитують себе: як мій інвестований капітал впливає на світ. Якщо мета інвестування — залишити гроші майбутнім поколінням, то «який світ залишить мої інвестиції моїм спадкоємцям?» [4]

Ці запитання спонукають інвесторів включити стійкість (і, дедалі частіше, соціальні цілі) у свої інвестиційні плани. Найчастіше вони зобов'язуються узгодити свої інвестиції з переходом на чистий нуль, що є довгостроковим і обов'язковим зобов'язанням. Наприклад, якщо інвестиції у розширення вугільних або нафтових потужностей виявляться прибутковими в найближчі роки (через дефіцит енергії та через те, що інші інвестори не бажають фінансувати таку діяльність), чисті інвестори зобов'язуються не використовувати такі можливості. Натомість вони гарантуватимуть, що їхні гроші сприятимуть переходу економіки до нульових викидів.

Ці зрушення будуть наслідковими та тривалими. Щойно сталість буде включена в інвестиційні цілі, вона з часом проникне в структури управління фондами, рішення про наймання, системи стимулів, інвестиційне навчання, системи аналізу ризиків і, що найважливіше, розподіл активів.

Підсиленням цього є численні глобальні регуляторні режими та галузеві органи, які вимагають від інвесторів звітувати про профіль впливу їхніх портфелів. До них належать майбутній Регламент розкриття фінансової звітності в Європі, нові пропозиції від Комісії з цінних паперів і бірж США, Закон Австралії про сучасне рабство та нові галузеві стандарти, такі як Робоча група з розкриття фінансової інформації, пов'язаної з кліматом. Згодом така зосередженість інвесторів вплине на поведінку корпорацій, які зазнають дедалі більшого тиску з боку інвесторів та інших зацікавлених сторін щодо підвищення стійкості своїх бізнес-моделей і практик.

Література: 1. Jan Anton van Zanten у своєму дослідженні ESG to SDG: Do Sustainable Investing Ratings Align with the Sustainability Preferences of Investors, Regulators, and Scientists? November 2022. URL: [https://www.researchgate.net/publication/362682111 ESG to SDG Do Sustainable Investing Ratings Align with the Sustainability Preferences of Investors Regulators and Scientists](https://www.researchgate.net/publication/362682111_ESG_to_SDG_Do_Sustainable_Investing_Ratings_Align_with_the_Sustainability_Preferences_of_Investors_Regulators_and_Scientists). 2. ESG, SRI, and impact investing. John Hill, in Environmental, Social, and Governance (ESG) Investing, 2020 URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128186923000025>. 3. 5 resources to keep you up to date on sustainable finance in 2023 <https://news.globallandscapesforum.org/59785/5-resources-to-keep-you-up-to-date-on-sustainable-finance-in-2023/>

УДК 336.7

Чемчикаленко Р.А.

Chemchykalenko R.

ЯКІСТЬ МІЖНАРОДНИХ РЕЗЕРВІВ ЯК КРИТЕРІЙ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ
THE QUALITY OF INTERNATIONAL RESERVES AS A CRITERION OF THE ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF THE GLOBAL TRANSFORMATION OF THE WORLD FINANCIAL SYSTEM

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
м. Харків, Україна*

Доволі часто в аналітичних колах можна почути думку, що «про валютні резерви НБУ тільки лінивий не писав» [1]. Проте в умовах практично неминучої чергової світової кризи, про що пишуть не тільки Н. Рубіні [2], але й С. Джонс, Дж. Антоні [3] і багато інших фахівців, та з урахуванням ускладнень, викликаних війною в Україні, дана проблеми для нашої країни набуває щонайменше принципового, а то й екзистенційного значення.

Тому в якості основної мети даного дослідження обрано визначення можливих загроз економічній безпеці України через сумнівний рівень ефективності політики НБУ щодо формування міжнародних резервів країни.

При цьому перш за все відзначимо, що в своєму дослідженні ми будемо використовувати саме термін «міжнародні резерви», а не споріднені поняття «валютних резервів», «офіційних валютних резервів», «золотовалютних резервів чи запасів», оскільки як, на нашу думку, влучно відзначає А. Грицишин «після створення Бреттон-Вудської валютної системи, заснування Міжнародного валютного фонду та еволюції світового валютного механізму склад резервів значно розширився та ускладнився» [4, с. 7].

Класична структура міжнародних резервів, яку формують центральні банки більшості країн, сьогодні містить такі чотири базові елементи як: монетарне золото (золотий запас); спеціальні права запозичення (СПЗ); іноземна валюта та резервна позиція в МВФ [5, с. 49]. В нашій же країні структура золотовалютних резервів регулюється ст. 47 Закону України «Про Національний банк України» й містить такі елементи як: монетарне золото; спеціальні права запозичення; резервна позиція в МВФ; іноземна валюта у вигляді банкнот та монет або кошти на рахунках за кордоном; цінні папери (крім акцій), що оплачуються в іноземній валюті; будь-які інші міжнародно визнані резервні активи за умови забезпечення їх надійності та ліквідності [6].

Згідно з даними сайту minfin.com.ua станом на 31 березня 2023 року офіційні резервні активи України становили 31878,21 млн. дол. США, при цьому обсяг такої складової як «монетарне золото» (з урахуванням золотих депозитів та золота в свопах) становив 1705,7 млн. доларів США або всього 5,35%. Натомість левову частку резервів – 89,08% або 28398,24 млн. дол. США – становили активи в іноземній валюті.

Відповідно до складу кошика міжнародних резервних валют сьогодні входять долар США, євро, англійський фунт стерлінгів, японська єна та з 1 жовтня 2016 року – китайський юань. При цьому саме вагомість даного елемента в складі міжнародних резервів та його незбалансованість і невідповідність кон'юктурі фінансового ринку й змушує нас більше уваги приділити саме його змісту.

Однак, перш за все хотілося б визначитися з питанням достатності резервних коштів в сьогоднішніх умовах, коли через війну відбувається скорочення ВВП, валютних надходжень, збільшується потреба в імпортих, в тому числі й воєнних, ресурсах тощо. Й схоже дослідження в січні 2020 року вже проводилось й автор того дослідження – М. Равський – прийшов до висновку, що рівень створених ще на той час резервів в цілому можна було вважати «достатнім, але не стійким, на межі достатності, а щодо обсягу зовнішньої заборгованості – явно недостатнім» [1].

Натомість 6 квітня 2023 р. НБУ гордо проголошував, що «... міжнародні резерви України за попередніми даними становили 31 878,2 млн дол. США. Такий обсяг резервів є рекордним за останні 11 років (більший обсяг від вищезазначеного було зафіксовано ще у листопаді 2011 року)». Але чи

достатньо цього в умовах війни й практично неминучої фінансової кризи?

З метою достатності ЗВР скористаємося тими ж критеріями, що й М. Равський. Так за чи не найпоширенішим і зручним критерієм як можливість фінансування майбутнього імпорту в місяцях на кінець 2019 року країна могла обійтися власними заощадженнями 3,9 місяці [1], а сьогодні за нашими розрахунками – як не дивно, але 7,02 місяці (це при тому, що за даними КМУ в 2022 році країна імпортували товарів і послуг більш як на 54,5 млрд дол. США [7]).

За показником «відношення величини ЗВР до доларового еквівалента грошового агрегату М2»: на кінець 2019 р. ЗВР становили близько 60% гривневої грошової маси, а сьогодні з 68,834 млрд. дол. США агрегату М2 [8] – всього 46,31% (при цьому варто зразу ж відзначити, що дана оцінка може містити певну неточність, оскільки обсяг агрегату М2 для розрахунків взято за лютий, а ЗВР – за березень 2023 р.).

Натомість питома вага ЗВР України до валового зовнішнього боргу країни (або як автор назвав цей критерій «ЗВР України відносно валового зовнішнього боргу») на кінець 2019 р. становила приблизно 18%, тоді як сьогодні виходячи з оцінки зовнішнього боргу на 31.12.2022 р. на рівні 131,998 млрд. дол. США – 24,15%.

Відповідно в цілому стан справ з забезпеченістю резервами нібито й покращився, що має позитивно вплинути й на рівень економічної безпеки країни, проте структура сформованих резервів особисто у нас викликає дуже серйозне занепокоєння.

Як ми вже раніше відмічали в структурі міжнародних резервів частка золота (з усіма його похідними) становить всього 5,35%, тоді як «станом на 2022 рік, золотовалютні запаси США склали близько 8133,5 тон золота, що становило більше 74% від загальних їх обсягів» [9]. Частка «золотих резервів» в різних країнах коливається залежно від таких факторів як економічна ситуація в країні чи її потреби тощо й становить від 25% до 75%.

При цьому в 2022 році велика кількість країн суттєво «закупалися» золотом. Так фахівці Всесвітньої ради золота стверджували, того року попит на золото з боку центробанків держав світу був найвищим за останні 55 років [10]. Натомість наша країна за 2022-2023 рр. зафіксувала запаси на рівні 27,06 тон при тому, що максимум золотого запасу було досягнуто в 2014 році з показником в 42,61 тону [11].

Приблизно така ж ситуація щодо стабільності в обсягах золотих запасів притаманна США, Німеччині, Італії, Франції, Швейцарії, Японії, Нідерландам, Казахстану (який за 2022-2023 рр. навіть скоротив майже на 13% обсяг золотих запасів) [11]. Однак, Китай, Індія, РФ, Туреччина, Узбекистан та Катар [10; 11] навпаки суттєво запасалися цим ресурсом. І на фоні фінансових протиріччя і загострення загрози превалювання долара в міжнародних розрахунках це може бути серйозним сигналом до зміни структури міжнародних резервів і в Україні.

Враховуючи нестабільність долара США, про яку пише Н. Рубіні [2]

загрозливо виглядає й структура міжнародних резервів у розрізі валют.

Так станом на 1 квітня 2023 р. з 30,181 млрд. дол. США міжнародних резервів, розміщених в цінних паперах та готівці, коштах на кореспондентських рахунках й депозитах 86,51% коштів було сформовано саме в доларах США, тоді як частка євро в корзині валютних коштів становила всього 8,81%, англійського фунту стерлінгів – 1,26%, японської єни – 1,28%, а китайського юаня – 2,03% [12].

Натомість в світовій практиці абсолютна більшість міжнародних резервів у країнах зберігається в доларах США. При цьому в залежності від часового інтервалу, їх частка коливається в межах 60–70 % [4, с. 89], тоді як в нас – майже 87%. До того ж варто відзначити, що інші країни під час формування своїх міжнародних резервів користуються не лише вільноконвертованими валютами, але й іншими стабільними валютами, зокрема, швейцарським франком, австралійським та канадським доларом тощо. При цьому в окремих країнах ЄС частка таких резервів, сформованих у валютах, які не належать до СПЗ-кошика, є досить значною, зокрема, в 2016 році в Литві вона становила 35%, Естонії – 30% [4, с. 102].

Така диспропорція в бік тотального переважаючого доларових запасів в умовах нестабільності долара є вкрай загрозливою. Розуміючи статус США на сьогоднішньому етапі існування України як основного донора нашої країни, частково зрозумілим є й вибір НБУ структури ЗВР країни й превалювання доларових запасів, але чи це виправдано сьогоднішніми загрозами й наявністю інформації про відмову окремих країн щодо розрахунків в доларах й таким чином послабленням ролі відповідної валюти в міжнародних розрахунках – це як, на нашу думку, дуже велике питання.

Ще однією проблемою щодо формування міжнародних резервів України в сьогоднішніх умовах є обрана керівництвом НБУ структура міжнародних резервів у розрізі різних інструментів. Так на частку цінних паперів в сукупній структурі міжнародних резервів країни припадає аж 42,48 %, що свідчить про те, що за рахунок власних резервів Україна «фінансує» економіку інших країн.

Таким чином, в цілому оцінюючи ефективність обраної НБУ стратегії щодо формування в країні міжнародних резервів є серйозні побоювання щодо її ефективності. Навіть попри те, що за критерієм можливості фінансування майбутнього імпорту й питомою вагою ЗВР в складі валового зовнішнього боргу країни нібито простежується покращення ситуації, на нашу думку, це є штучним покращенням й спричинено значними обсягами зовнішньої допомоги (в тому числі й у вигляді запозичень), а також певним скороченням самого споживання імпортованих товарів і послуг.

Натомість сформована структура міжнародних резервів знову ж таки, на нашу думку, абсолютно не відповідає ринковій ситуації й тим загрозам, які прогнозують долару численні фінансові аналітики як в США, так і в Україні.

Зважаючи на існування навіть в країнах-членах ЄС практики щодо формування валютних резервів у валютах, які не належать до СПЗ-кошика, можливо й нашій країні варто внести корективи у свою політику формування

міжнародних резервів.

Література: 1. Равський М. Золотовалютні резерви України: чи достатньо коштів у «скарбничці» НБУ. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/01/28/656302/> (дата звернення 15.04.2023 р.). 2. Sor J. A 'perfect storm' of recession, debt, and out-of-control inflation is coming for markets this year, 'Dr. Doom' Nouriel Roubini says. URL: <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/nouriel-roubini-economy-recession-inflation-debt-market-crash-dr-doom-2023-3> (дата звернення 15.04.2023 р.). 3. Поляничко А. Шокирующие прогнозы на 2023 год, рост долгов, Goldman Sachs скупает криптобиржи. URL: <https://kz.kursiv.media/2022-12-07/shokirujushhie-prognozy-na-2023-god-rost-dolgov-goldman-sachs-skupaet-kriptobirzhi/> (дата звернення 15.04.2023 р.). 4. Грицишин А. Т. Міжнародні резерви країн Європейського Союзу: теорія і практика управління : монографія / А. Т. Грицишин. Львів : Сполом, 2021. 224 с. 5. Яременко О. О. Сучасна структура золотовалютних резервів: вітчизняний та міжнародний досвід. АГРОСВІТ. 2011. № 22. С. 47-51. 6. Міжнародні резерви зросли до 31,9 млрд дол. США за підсумками березня, сягнувши одинадцятирічного максимуму. URL: <https://is.gd/wO8D9w> (дата звернення 15.04.2023 р.). 7. Торгівля-2022: третину імпорту товарів в Україну привезли міжнародні автомобільні перевізники. URL: <https://is.gd/IQwN4s> (дата звернення 15.04.2023 р.). 8. Объём денежной массы в Украине. URL: <https://take-profit.org/statistics/money-supply-m1/ukraine/> (дата звернення 15.04.2023 р.). 9. URL: <https://is.gd/jY6cBd> (дата звернення 15.04.2023 р.). 10. Гетманцев Д. Китай и россия скупают золото. Что это значит? URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2023/01/17/696009/> (дата звернення 15.04.2023 р.). 11. Золотой запас Украины URL: https://gold-silver.com.ua/gold/gold_reserves_ukraine.html (дата звернення 15.04.2023 р.). 12. Національний банк України. URL: <https://is.gd/sOkikX> (дата звернення 15.04.2023 р.).

УДК 336.744

Єсіпова К. Д.¹, Шедякова Т.Є.²

Yesipova K., Shedyakova T.

РОЛЬ ТА МІСЦЕ КРИПТОВАЛЮТ У СВІТОВІЙ ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ

THE ROLE AND PLACE OF CRYPTOCURRENCY IN THE GLOBAL FINANCIAL SYSTEM

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

¹студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²доцент закладу вищої освіти

кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

м. Харків, Україна

Допандемійний період увійшов в історію як період стійкого зростання світової економіки, причому глобальний підйом економічної активності перевершив усі прогнози. Щоб покращити своє положення на висококонкурентних міжнародних ринках, багато компаній та організацій почали дивитися у бік інформаційних технологій. Помітно змінилася природа міжнародних компаній та характер конкурентної боротьби, у багатьох галузях відбувся перехід на цифрові продукти та електронні послуги. Капіталізація компаній, що ведуть бізнес в інтернеті, стала безпосередньо залежати від

кількості передплатників, користувачів, учасників спільнот та швидкості їхнього приросту. Технології, проникаючи у життя, змінюють смаки, формують нові звички, що у результаті відбивається на споживчому ринку та структурі економіки [6].

В країнах, що активно розвивають та впроваджують інформаційні технології, спостерігається стрімкий приріст валового внутрішнього продукту. Водночас країнам, які не інвестують значних коштів у цю сферу, не вдається досягати позитивних результатів. Економіки, що розвиваються, та які зробили крок назустріч інформаційним технологіям в надії зміцнити свої позиції в складних умовах структурної перебудови світової економіки, отримують зиск від використання своїх переваг. З часом стабільні інвестиції та впровадження технологій призводять до комбінованого ефекту, дозволяючи високорозвиненим країнам робити ще потужніший стрибок уперед порівняно з наздоганяючими країнами і країнами-новачками [9].

Країни світу за рівнем цифровізації економіки можна розділити на відповідні групи (табл. 1).

Таблиця 1 – Групування країн за рівнем цифровізації економіки

Рівень (група)	Країни	Характеристика
I група	Велика Британія, Японія, Сінгапур, Гонконг	Демонструють найвищий рівень цифрового розвитку та стрімкі темпи зростання
II група	Австралія, Південна Корея, країни Західної Європи, Скандинавії	Утримують темпи зростання, але знижують рівень інновацій
III група	Китай, Індія	Потенційно можуть стати лідерами
IV група	Країни Африки та Південної Америки	Відрізняються низьким рівнем цифрового розвитку

Джерело: [9]

За останні роки широкого поширення набули такі поняття, як криптовалюта, біткоїн, блокчейн, токен, майнінг. Поширилися нові види електронних послуг, пов'язаних з криповалютами. Інвестиції в криптовалюту вже не здаються незрозумілими й ризикованими.

Криптовалюта (англ. *cryptocurrency*) – це різновид цифрової валюти, емісія та облік якої виконується децентралізованою платіжною системою повністю в автоматичному режимі, тобто без можливості внутрішнього або зовнішнього адміністрування [2].

Термін «інвестиції в криптовалюту» спочатку означав торгівлю акціями та іншими інвестиціями самостійно в режимі онлайн без будь-якої взаємодії з

фінансовим фахівцем. Часто це називалося електронною торгівлею, самостійним інвестуванням, прямим інвестуванням або використанням онлайн-дисконту. Комісійні за торгівлю самостійно були нижчими, ніж комісійні з традиційного брокерського обслуговування з повним набором послуг. Згодом це визначення розширилося і включає різні послуги, тож сьогодні можна знайти безліч варіантів, що відповідають будь-яким потребам. Існують різні форми онлайн-інвестування та різні засоби, які вони використовують (табл. 2).

Таблиця 2 – Форми та характеристики онлайн-інвестування

Форми інвестування	Опис	Характеристика
Ринок Forex	Міжнародний валютний ринок, який можна по праву назвати найпопулярнішим способом онлайн-інвестування	Необхідно вивести гроші на свій торговий рахунок, а потім спробувати отримувати прибуток, здійснюючи валютні угоди
Акції	Інвестиції в інтернеті через залучення фондового ринку	Перший варіант інвестування передбачає спекуляцію, тобто купівлю дешевшу і продаж дорожчий. Другий варіант – це дивіденди, які акціонери отримують щороку. Цей спосіб, хоч і менш ризикований, все одно вимагає хоча б мінімальних знань і досвіду
Модуль управління відсотковим розподілом коштів (РАММ – percent allocation management module)	Передбачається передача інвестором грошей своєму управителю, який розпоряджається ними з метою отримання прибутку шляхом здійснення угод на біржах	Інвестор надає свої кошти професійному трейдеру, який торгує за певну винагороду
Бінарні опціони	Складна інвестиційна опція	На біржі або на позабіржовому ринку здійснюється угода, внаслідок якої продавець отримує фіксовану вартість опціону, яку він зобов'язаний сплатити у майбутньому, а продавець, відповідно, зобов'язаний її отримати
Блогінг	Передбачає інвестицію в веб-блог з урахуванням його подальшої монетизації	Щоб зробити проект відомим, потрібно не лише запропонувати цікавий та унікальний контент, але ще й активно розкручувати блог

Стартапи	Венчурні проекти, у які вкладають гроші на ранньому етапі, розраховуючи, що в майбутньому він зросте і принесе прибуток	Лише 20 % всіх стартапів у результаті приносять інвесторам прибуток, ще 60 % дозволяють повернути вкладені гроші, а 20 %, що залишилися, приносять лише збитки
Хайп-проекти (HYIP – high yield investment program)	Інвестиційні програми, що дають стабільний дохід	Такі проекти обіцяють інвесторам високий рівень доходу, але, як і у випадку з іншими інвестиційними онлайн-проектами, рівень ризику серйозно зростає
Криптовалюти	Bitcoin, Ethereum, Ripple та інші	Інвестиції в криптовалюту можуть бути як довгостроковими, так і короткостроковими

Джерело: [2]

На сьогоднішній день криптовалюти належать до активів з високим рівнем ризику, якого побоюються багато інвесторів. Саме тому цифровим грошам так важливо бути стійкішими до коливань цін. Інвестори повинні бути впевнені, що, якщо вони вкладуть свої заощадження в криптовалюту, вона не опуститься до нуля і не призведе до збитків інвестора [4].

В даний час, незважаючи на значні коливання курсу, біткоїн є найбільш поширеною криптовалютою, яка істотно впливає на фінансові ринки, відіграє роль фіатних грошей (тобто грошей, цінність яких походить не від власної вартості або гарантії обміну на золото або іншу валюту, а від державного наказу (fiat) використання їх як засобу платежу), а також здійснює трансформацію світової економіки в напрямку посилення процесів цифровізації економік різних країн [1].

Існує низка проблем взаємодії держав та громадян в умовах цифрової економіки, пов'язаних з криптовалютними операціями, серед яких: використання невизначеності або різних підходів до регулювання у країнах світу щодо оподаткування криптовалютних доходів; виведення інтернет-ресурсів електронного бізнесу та банківських рахунків за межі країни фактичної діяльності, у тому числі під офшорні юрисдикції; нерівновага у перерозподілі доходів від електронного бізнесу між країнами тощо. Використання криптовалюти як платіжного засіб нерідко здійснюється у тіньовій сфері економіки. Але стрімке поширення операцій з криптовалютою в усьому світі неодмінно призведе до вирішення питань нормативно-правового регулювання на міждержавному рівні [8].

Свій рух до світового фінансового середовища криптовалюти починали дуже повільно, але з кожним роком вони зміцнювалися і ставали дедалі

популярнішими. Криптовалюти можуть стати валютою майбутнього, але для цього їм доведеться пройти ще довгий шлях. І в першу чергу потрібно позбутися ярлика невизначеності та ризикованості, перетворивши криптовалютний ринок на стабільний і надійний фінансовий майданчик.

Література: 1. Гонак І. М., Бабій С. В. Види криптовалютних гаманців. *Інноваційна економіка*. 2022. № 1 (90). С. 95–103. 2. Кравець Д. Д. Теоретичні та практичні аспекти ролі криптовалюти як елементу фінансових активів. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету: збірник наукових праць*. 2022. № 1–2 (290–291). С. 60–69. 3. Макурін А. А. Теоретичні передумови виникнення криптовалюти. *Економічний простір*. 2019. № 146. С. 71–81. 4. Москальов А. А., Попова Е. М. Криптовалюта на сучасній економічній арені та перспективи розвитку Bitcoin, Ethereum, Ripple. *Молодий вчений*. 2018. № 3 (2). С. 680–684. 5. Павлова К. І. Переваги та ризики використання криптовалют у сучасній цифровій економіці. *Бізнес Інформ*. 2018. № 7. С. 229–233. 6. Танклевська Н. С., Петренко В. С., Карнаушенко А. С. Економічна сутність та види криптовалюти у світі. *Бізнес-навігатор*. 2017. Вип. 4–2. С. 133–138. 7. Устенко С. В., Загоровський І. В. Можливості та перспективи криптовалют та технології Blockchain. *Моделювання та інформаційні системи в економіці*. 2019. № 97. С. 229–240. 8. Федоров С. Державний контроль у сфері трейдингових операцій із криптовалютами: фінансово-правовий аспект. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. № 8. С. 210–214. 9. Хмеленко К. М., Тимченко Л. М. Загальна характеристика криптовалюти. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 12. С. 344–347.

УДК 336.67

Жванко С. І.¹, Чемчикаленко Р. А.²

Zhvanko S., Chemchukalenko R.

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В
МІЖНАРОДНОМУ ФІНАНСОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ
THE FEATURES OF FUNCTIONING OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY
IN THE INTERNATIONAL FINANCIAL ENVIRONMENT**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

¹студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²к.е.н., доц., доцент закладу вищої освіти

кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

м. Харків, Україна

Цифрові технології відносяться до технологій, що мають найбільш відчутний вплив на всі сфери людського життя. Яскравим прикладом такої технології є технологія блокчейн (англ. blockchain), сутність якої полягає в тому, що вона дозволяє формувати децентралізовану мережу зберігання даних про операції, у тому числі фінансові, наприклад, транзакції, при цьому всі дані

містяться в цифровому вигляді. Ці дані поділяються на дрібні частини (блоки). Кожен блок захищений із використанням математичних способів шифрування, за допомогою яких кожен учасник цього ланцюга має доступ тільки до блоку, який належить конкретному учаснику і доступ до якого він отримує шляхом застосування спеціального цифрового ключа. Спроба проникнення в будь-який інший блок стає негайно відома всім учасникам мережі, які в силу децентралізованого характеру технології блокчейн знаходяться в рівних умовах доступу.

У доповіді Всесвітнього економічного форуму дано вичерпне визначення технології блокчейн або технології розподіленого реєстру, тобто технологічного підходу до запису і поширення даних серед багатьох реєстрів даних, кожен з яких містить аналогічні записи і колективно підтримується і контролюється розгалуженою мережею комп'ютерних серверів. Блокчейн – це протокол, який дозволяє обмін даними безпосередньо між різними сторонами всередині мережі без необхідності посередників [5]. Учасники мережі анонімно взаємодіють із зашифрованими ідентифікаторами; кожна транзакція потім додається до незмінного ланцюга транзакцій і розподіляється по всіх мережевих вузлах. На думку аналітиків форуму, технологія блокчейн може стати драйвером радикальних змін у широкому спектрі галузей міжнародного фінансового середовища, бізнес-моделей та операційних процесів, таких як розрахунок платежів, облік або використання платіжних карток та карток лояльності. По глибині наслідків, яких розвиток цієї технології може мати для всього світу, блокчейн часто порівнюють з появою на початку 1990-х рр. мережі Інтернет.

Експерти аналітичного видання Harvard Business School розглядають технологію блокчейн не як радикально революційну технологію, здатну зламати традиційну бізнес-модель, а як базову технологію, що має потенціал для створення нових засад для існуючих фінансових систем. Однак, незважаючи на очікування величезного впливу цієї технології у короткостроковій перспективі, на думку експертів, технології блокчейн знадобляться роки, щоб інтегруватися в існуючу міжнародну економічну інфраструктуру [9].

Дослідження різних фахівців свідчать про чималі перспективи блокчейн на глобальному фінансовому ринку. Згідно з прогнозами експертів, представленими в оглядовій доповіді Всесвітнього економічного форуму, до 2025 р. екосистема блокчейн зберігатиме близько 10 % світового валового внутрішнього продукту [11].

За оцінками маркетингової компанії MarketsandMarkets, інвестиції в блокчейн-індустрію у минулому році досягли позначки 2,4 млрд дол., що на

340 % вище за аналогічний показник за попередній рік. При цьому 25 % цих коштів було залучено через венчурні фонди, решта 75 % – за допомогою первинного розміщення криптовалют на біржах. За обсягом інвестицій у цей сектор лідирують США, а також Велика Британія, Ірландія, Сінгапур і Китай. Найзатребуванішим напрямком для інвесторів є проекти, пов'язані з платіжною інфраструктурою. За останні п'ять років у цей сегмент міжнародної фінансової системи було вкладено 512,9 млн дол. Аналітики компанії прогнозують зростання ринку блокчейн до 2027 р. ще на 61,5 % [2].

Серед галузей застосування технології блокчейн найбільш перспективною є фінансова сфера. Перелік технологічних рішень на основі блокчейн, які здатні трансформувати фінансову систему, є досить широким. Це – міжбанківські розрахунки, розрахунки між юридичними та фізичними особами, платежі, цінні папери, кредитні історії. По всьому світу ринок фінансових послуг є найбільшим сектором промисловості з ринкової капіталізації, при цьому в глобальній фінансовій системі рясніють неефективні процеси, такі як паперові операції, асиметрична інформація та вразливі централізовані системи, які, зрештою, збільшують витрати та затримки для споживача. Щороку від шахрайства страждають близько 45 % фінансових посередників, таких як платіжні мережі, фондові біржі. Якщо технологія блокчейн замінить лише малу частину таких операцій, застосувавши однорангові транзакції в інших секторах, вона може кардинально підвищити ефективність світової фінансової сфери. Фахівці компанії Zudu з розробки програмного забезпечення оцінили потенційну економію від запровадження блокчейн-технологій у 15–20 млрд дол. на рік [4]. Можливості блокчейн та криптовалют вивчають і тестують центральні банки в багатьох провідних країнах. Згідно з прогнозом аналітиків гіганта у галузі інформаційних технологій, компанії IBM, до 2023 р. близько 65 % всіх банків матимуть засоби технології блокчейн у комерційному застосуванні [3].

Найвідоміша сфера застосування цієї технології сьогодні – це грошові перекази на основі віртуальної валюти біткоїн та криптовалют загалом. Біткоїн навіть більш відомий, ніж технологія блокчейн, на якій він заснований, і саме його поява виявила потенціал технології розподіленого реєстру та визначила інші напрями її практичного застосування. Хоча ажіотаж навколо індустрії споживчих товарів на основі біткоїну дещо охолонув, технологія блокчейн залишається привабливою завдяки нижчим витратам, які вона може запропонувати сторонам у глобальних однорангових транзакціях. Стартапи по всьому світу продовжують конкурувати за право стати торговою платформою для біткоїнів.

Мікроплатежі – один із найперспективніших напрямків використання блокчейн-технологій. Наприклад, донедавна платежі розміром у частки цента були досить проблемними для користувачів Інтернету. Застосування додатків на основі технології блокчейн вже робить такі платежі можливими. Це дозволяє ефективно монетизувати соціальні мережі, а також робити їх альтернативним способом оплати за невеликі роботи, такі, як заповнення опитувань або позаштатна редактура для різних клієнтів. Аналітики фінансових ринків також вважають, що мікроплатежі можуть бути дуже прибутковим та перспективним проектом у бізнес-середовищі. Так, фінансова компанія Wedbush Securities прогнозує розмір мікроплатіжного ринку на рівні 925 млрд дол. до 2025 р [22].

На повноцінний бізнес перетворився майнінг (англ. mining) – діяльність з підтримки розподіленої платформи та створення нових блоків з можливістю отримати винагороду у формі емітованої валюти та комісійних зборів у різних криптовалютах, зокрема, у біткоїні. Згідно з дослідженням Кембриджського університету, з моменту появи біткоїну майнери заробили понад 2 млрд дол. за рахунок хмарних обчислень та 14 млрд дол. – на комісіях з транзакцій [10].

Серед державних органів різних країн немає узгодженої оцінки технології блокчейн. Деякі країни віддають перевагу політиці невтручання, інші впроваджують нові правила та норми, такі як BitLicense у Нью-Йорку, відповідно до якої Департамент штату Нью-Йорк з фінансових послуг зобов'язав усі компанії, що ведуть діяльність у штаті, подати заявку на отримання BitLicense протягом 45 днів з моменту набуття чинності новими правилами. Компанії також мають внести організаційний збір у розмірі 5 тис. дол., який у разі відмови не повертається. Однак навіть ті країни, які опираються втручання уряду, визнають необхідність участі регулюючого органу в дискусіях з питань управління. Так, відомий венчурний інвестор Адам Дрейпер визнав, що інституційне схвалення уряду створює особливу цінність для розвитку технології блокчейн [7].

Серед експертів та аналітиків також немає єдиної думки щодо можливих векторів розвитку цієї технології. Так, американський стратегічний дослідницький центр RAND Corporation опублікував доповідь, яка закликає США та їхніх союзників активно протидіяти не тільки криптовалютам, а й технологіям, що полягають в їх основі, особливо тим, що пов'язані з анонімністю транзакцій, безпекою та доступністю. Вивчивши можливості для недержавних суб'єктів збільшити свою політичну або економічну міць за рахунок використання віртуальної валюти для звичайних економічних транзакцій, аналітики RAND дійшли висновку, що цікавість населення до технології блокчейн несе загрозу національній безпеці США [1]. Керівник

однієї з найбільших американських фінансових організацій банку JPMorgan Chase Джеймс Даймон заявив, що звільнить трейдерів, які торгують криптовалютами, вважаючи їх за інструмент для шахрайства. Однак, при цьому він наголосив на необхідності диференціювати біткоїн та базову технологію, що його підтримує, – блокчейн, відзначивши її перспективність. У той же час у представленому на Всесвітньому економічному форумі спеціальному звіті, присвяченому впровадженню технології блокчейн у світову економіку, обов'язковість регулювання системи блокчейн, а також небезпеку цієї технології для безпеки держави було поставлено під сумнів [11].

Також не всі країни поділяють оптимізм стосовно застосування технології блокчейн. Наприклад, у Швейцарії банки не розглядають технологію розподілених реєстрів як одну з перспективних технологій кількох найближчих років. Цей висновок зроблено Національним банком Швейцарії за підсумками проведеного ним дослідження підсумків практики впровадження цифрових технологій у швейцарських банках та їх впливу на функціонування систем безготівкових платежів та розрахунків [8].

Так чи інакше, технологія розподілених реєстрів, до якої належить блокчейн, відкриває багато нових можливостей для всіх учасників платіжних систем. Технологія блокчейн здатна кардинальним чином змінити середовище міжнародної фінансової системи, втіливши нові бізнес-рішення, знизивши транзакційні втрати як самої системи, так її учасників, значно прискорити термін виконання електронних платіжних документів і досягти вирішення багатьох інших завдань, що виникають у цій галузі. Технологія блокчейн має величезний потенціал у сфері платежів та розрахунків, тож її активно впроваджують банки та суб'єкти міжнародної фінансової інфраструктури.

Література: 1. Baron, J., O'Mahony, A., Manheim, D., Dion-Schwarz, C. National Security Implications of Virtual Currency. Examining the Potential for Non-state Actor Deployment. 2015. Santa Monica : RAND Corporation. 84 p. URL: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR1200/RR1231/RAND_RR1231.pdf (Last accessed 19.03.2023). 2. Blockchain Market worth \$94.0 billion by 2027. URL: <https://www.marketsandmarkets.com/PressReleases/blockchain-technology.asp> (Last accessed 19.03.2023). 3. Blockchain Success Starts Here. URL: <https://www.ibm.com/topics/blockchain> (Last accessed 19.03.2023). 4. Blockchain Technology Review – Industry Applications. URL: <https://zudu.co.uk/blog/blockchain-technology-industry-applications/> (Last accessed 19.03.2023). 5. Blockchain Global Issue. URL: https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb00000038qmPEAQ?utm_source=Weforum&utm_medium=Topic+page+TheBigPicture&utm_campaign=Weforum_Topicpage_UTMs (Last accessed 19.03.2023). 6. Cambridge Bitcoin Electricity Consumption Index. URL: <https://www.epe.admin.cam.ac.uk/cambridge-bitcoin-electricity-consumption-index-cbeci> (Last

accessed 19.03.2023). 7. Draper, A. Bitcoin and Promises. URL: <https://www.adamdraper.vc/p/bitcoin-and-promises> (Last accessed 19.03.2023). 8. Enquête sur la Numérisation et la Fintech Dans les Banques Suisses. URL: https://www.snb.ch/fr/mmr/reference/fintech_20190827_umfrage/source/%20fintech_20190827_umfrage.fr.pdf (Last accessed 19.03.2023). 9. Iansiti, M., Lakhani, K.R. The Truth About Blockchain. *Harvard Business Review*. 2017. Issue January–February. 11 p. URL: https://etarjome.com/storage/btn_uploaded/2019-09-25/1569393941_10128-etarjome-English.pdf (Last accessed 19.03.2023). 10. Payments Sector Outlook. URL: <https://www.wedbush.com/video-payments-sector-outlook/> 11. The Future of Financial Infrastructure: an Ambitious Look at How Blockchain Can Reshape Financial Services. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_future_of_financial_infrastructure.pdf (Last accessed 19.03.2023).

УДК 336.76

Карпенко Є. Є.¹, Лазаренко В. Є.²

Karpenko Y., Lazarenko V.

**ЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ В
СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСІВ
SIGNIFICANCE AND ROLE OF GLOBAL FINANCIAL CENTERS IN
THE SYSTEM OF INTERNATIONAL FINANCE**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
¹студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,
²д.е.н., проф., професор закладу вищої освіти
кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії
м. Харків, Україна*

Світовий фінансовий ринок внаслідок свого глобального характеру має досить складну структуру і об'єднує безліч учасників, які можуть бути класифіковані за принципом участі, за завданнями, що виконуються, а також за країною походження. Основні функції фінансового ринку у світовій економічній системі зводяться до наступного: концентрація капіталів та коштів; розподіл акумульованих ресурсів між учасниками економічних відносин; оцінка інвестиційної привабливості різних країн, галузей, окремих підприємств; ціноутворення та регулювання сфери фінансових послуг; фінансове посередництво між продавцями та покупцями. Усі функції світового фінансового ринку мають на меті забезпечення зростання світової економіки.

Становлення світового фінансового ринку відбувалося поетапно. Якщо на першому етапі виник валютний ринок у контексті розвитку міжнародної

торгівлі, то далі відбувалося становлення міжнародного кредитного ринку та ринку довгострокових капіталів. Останній етап розвитку світового фінансового ринку пов'язаний з бурхливим зростанням фондового сегмента, а в останнє десятиліття – з різким збільшенням обсягів усіх сегментів завдяки впровадженню новітніх технологій [4].

Незважаючи на тривалий період зростання світового фінансового ринку після фінансової кризи 2008–2009 рр., на початку 2020 р. світовий ринок ступив у нову кризу, яка обумовлена кількома основними чинниками. Серед довгострокових чинників можна назвати скорочення темпів економічного зростання та промислового виробництва у більшості великих економік світу, включаючи США та Китай, а серед факторів, які виступили каталізаторами кризи на світовому фінансовому ринку, слід зазначити поширення по всьому світу коронавірусної інфекції, а потім, на початку 2022 р. – агресивний напад РФ на Україну, який спричинив зсув всієї міжнародної фінансової інфраструктури та додаткове навантаження на економіки країн-партнерів. У результаті сукупність зазначених факторів спровокувала падіння біржових індексів усіх країн світу, при цьому для багатьох країн темпи падіння були рекордними за кілька десятиліть. Крім того, криза призвела до волатильності, тобто мінливості, на валютному ринку та ринку біржових активів, таким чином це торкнулося усіх сегментів світового фінансового ринку.

Глобалізація є позитивним явищем світового фінансового ринку, оскільки дозволяє збільшувати концентрацію капіталу, водночас для невеликих національних фінансових ринків вона ховає загрозу витоку з них капіталу.

Одним із найбільш характерним та показовим наслідком фінансової глобалізації та розвитку фінансових ринків стала поява світових фінансових центрів. Світові фінансові центри – це центри зосередження банків та кредитно-фінансових інститутів, які здійснюють міжнародні валютні, кредитні та фінансові операції, а також угоди з цінними паперами та золотом. Таким чином, світові фінансові центри є універсальним і всеосяжним ринковим механізмом, який служить засобом управління світовими фінансовими потоками. У цих центрах зосереджено: міжнародні банки, банківські консорціуми, фондові біржі, які здійснюють міжнародні валютні, кредитні операції, а також операції з цінними паперами та золотом.

Британська аналітична компанія Z/Yen Group регулярно публікує рейтинг світових фінансових центрів – Global Financial Centres Index (GFCI). Цей рейтинг розраховується шляхом аналізу низки факторів (інфраструктура, людський капітал тощо) та опитування експертів різних сфер, і вважається найоб'єктивнішим із існуючих. Рейтинг світових фінансових центрів, згідно з останніми даними, представлений у табл. 1.

Таблиця 1 - Рейтинг світових фінансових центрів

Місто	Країна	CFCI	
		Місце	Рейтинг
Нью-Йорк	США	1	769
Лондон	Велика Британія	2	764
Сінгапур	Сінгапур	3	752
Гонконг	КНР	4	748
Токіо	Японія	5	734
Сан-Франциско	США	6	720
Чикаго	США	8	718
Сідней	Австралія	11	712
Бостон	США	7	719
Торонто	Канада	3	710

Джерело: [5]

Вважається, що лідерами, тобто по-справжньому глобальними фінансовими центрами, інститути яких проводять операції на користь клієнтів з усіх континентів світу, на сьогодні є два – Нью-Йорк та Лондон. Вони відрізняються високою диверсифікацією з погляду послуг і фінансових інструментів, що використовуються. Інші – переважно регіональні, виконують роль фінансових центрів країн певного регіону світу, або спеціалізуються на операціях у межах окремого ринкового сегмента.

Нью-Йорк традиційно залишається найбільшим центром торгівлі у сфері громадського акціонерного та боргового капіталу. Найбільші фондові біржі у світі – NYSE і NASDAQ – розташовані у Нью-Йорку. Декілька інвестиційних банків та інвестиційних багатонаціональних компаній зі штаб-квартирою в Нью-Йорку є важливими учасниками в інших фінансових центрах. Нью-Йоркський Федеральний резервний банк регулює фінансові установи та реалізує грошово-кредитну політику США та, у свою чергу, впливає на економіку у світі.

Для Лондона характерне домінування міжнародних складових над національними. Основою його фінансової могутності є не національний, а міжнародний валютний ринок, а також ринок позикових капіталів. Однією з особливостей вважається здатність банків та бірж швидко реагувати на будь-яку нову ситуацію та фінансові інновації.

Рейтинг найбільших та найбільш значущих у світі фінансових центрів підштовхує до очевидного висновку: всі вони розташовані в країнах із розвиненими ринками, у тому числі фінансовими. Гонконг відносяться відповідно до класифікації CFCI до країн з розвинутою економікою та,

відповідно, фінансовими ринками, при цьому це місто (як спеціальний адміністративний район КНР) характеризується найбільшою глибиною фінансового розвитку у світі, випереджаючи США, Велику Британію та Японію [1].

Також спостерігається тенденція розширення дії регіональних фінансових центрів до глобальних, як це сталося за останні кілька років із Сінгапуром та Гонконгом, які обігнали Токіо, який раніше займав третю позицію рейтингу. З моменту випуску першого рейтингового звіту CFCI про світові фінансові центри змінилося становище центрів в Азії та Океанії, які за останні роки не лише наздогнали фінансові центри Європи та Америки, але й обігнали їх. Чотири із десяти найбільших фінансових центрів знаходяться саме в цьому регіоні.

При розрахунку CFCI використовується п'ять груп інструментальних факторів, які дозволяють оцінити конкурентоспроможність фінансового центру: бізнес-середовище (політична стабільність, податки), людський капітал (освіта, рівень життя), інфраструктура (телекомунікації, транспорт), розвиток фінансового сектора (ліквідність ринку, наявність капіталу) та репутація (рівень інновацій, привабливість і культурна різноманітність). За даними показниками рейтинг CFCI має такий вигляд (табл. 2).

Таблиця 2 – Основні показники конкурентоспроможності світових фінансових центрів

Місце	Місто	Людський капітал	Інфраструктура	Розвиток фінансового сектору	Репутація
1	Лондон	Нью-Йорк	Лондон	Лондон	Нью-Йорк
2	Нью-Йорк	Лондон	Нью-Йорк	Нью-Йорк	Лондон
3	Гонконг	Гонконг	Гонконг	Гонконг	Сінгапур
4	Сінгапур	Сінгапур	Сінгапур	Сінгапур	Гонконг
5	Торонто	Токіо	Токіо	Бостон	Чикаго
6	Токіо	Чикаго	Шанхай	Токіо	Бостон
7	Чикаго	Лос-Анджелес	Пекін	Сан-Франциско	Токіо
8	Лос-Анджелес	Сан-Франциско	Сан-Франциско	Чикаго	Сідней
9	Монреаль	Бостон	Гайбей	Вашингтон	Сан-Франциско
10	Сідней	Шанхай	Дубай	Шанхай	Цюрих

Джерело: [3]

Поява на міжнародній економічній арені світових фінансових центрів викликає підвищений інтерес широкого кола інвесторів, зацікавлених у

розміщенні своїх коштів. Зовні ця тенденція знаходить своє відображення в тому, що для транснаціональних компаній емісія цінних паперів – акцій та облігацій – стала основним засобом мобілізації інвестиційних ресурсів. Механізм фінансового ринку передбачає перерозподіл коштів на користь найбільш перспективних компаній, що стимулює структурні перетворення в економіці.

Сьогодні подальший розвиток подій на світовому фінансовому ринку досить складно передбачити, тому своєчасними є дослідження тенденцій його розвитку. Особлива увага має бути приділена тенденціям глобалізації, які є передумовою інтеграції, стандартизації та уніфікації фінансових ринків незалежно від їхньої територіальної приналежності, а також цифровізації, що полягає у повсюдному впровадженні інформаційних технологій для виконання операцій на фінансових ринках.

Література: 1. Ліфанова М. І. Ретроспективний аналіз формування міжнародних фінансових центрів. *Економіка та держава*. 2018. № 7. С. 90–94. 2. Луцишин З., Мехтєв Е. Офшорні фінансові центри у глобальному русі капіталів. *Міжнародна економічна політика*. 2017. № 2. С. 62–94. 3. Посохов І. М. Лондон, Нью-Йорк, Сінгапур, Франкфурт, Париж, Гонконг, Україна – генеза міжнародних фінансових центрів: перспектива розвитку України. *Міжнародні економічні відносини. Сталій розвиток України в умовах глобалізації та Європейської економічної інтеграції: проблеми, перспективи, ефективність: матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (31 травня 2022 р.). Національний технічний університет «Харківський політехнічний університет». Харків, 2022. С. 85–91. 4. Чугунов І., Кучер Г. Міжнародні фінанси в умовах глобалізації. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 6. С. 67–82. 5. The Global Financial Centres Index. URL: <https://www.longfinance.net/publications/long-finance-reports/the-global-financial-centres-index-32/> (Last accessed 23.03.2023).

УДК 334.72

Рябокоть Я.Є.¹, Шкодїна І.В.²

Riabokon Y., Shkodina I.

ОФШОРНІ ЗОНИ, ЯК СПОСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

OFFSHORE ZONES AS A WAY TO ATTRACT FOREIGN INVESTMENT

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

¹студенка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²д.е.н., професор кафедри міжнародного бізнесу

та економічної теорії

м. Харків, Україна

В сучасних умовах глобалізації економіки, офшорні зони є актуальною темою для дослідження в контексті економічного розвитку та залучення

іноземних інвестицій. На сьогодні, офшорні зони стають все більш привабливими для іноземних інвесторів, оскільки вони пропонують спрощене податкове та правове регулювання, а також низькі податки на прибуток. Однак, у разі слабкого контролю, офшорні зони можуть бути використані для відмивання грошей та інших кримінальних цілей. Отже, розуміння того, як офшорні зони функціонують та як вони можуть впливати на економічну стабільність та рівень життя громадян, є важливим завданням для дослідників та регуляторів економічної політики. Розроблення ефективних стратегій та регуляторних механізмів можуть забезпечити раціональне використання офшорних зон та мінімізацію ризиків.

Міжнародні фінансові центри, вони ж офшорні зони або податкові гавані – це країна чи її окремих район, де нерезидентам пропонують вигідну податкову політику та додаткові переваги для ведення підприємницької діяльності. Основна ціль офшорних зон це залучення прямих іноземних інвестицій. Офшорні фінансові центри не вимагають резидентства чи присутності бізнесу на території своєї юрисдикції, що ніяк не заважає інвестору або підприємцю отримати податкову вигоду [1]. У контексті залучення іноземного капіталу, існує загальноприйнятий набір заходів, які використовуються для цієї мети: податкові, фінансові та нефінансові стимули.

Один зі способів привернути якомога більше іноземних інвестицій – створення більш пільгових умов у вільній економічній зоні (ВЕЗ) порівняно з іншими територіями. У більшості країн, які розвиваються, для інвесторів у ВЕЗ встановлюється особливий валютний режим. Крім того, згідно з оглядом комплексу заходів щодо забезпечення сприятливого інвестиційного клімату, система пільгового оподаткування відіграє центральну роль в залученні іноземного капіталу в офшорних зонах [2]. Для інвестора також важлива фінансова таємниця при виборі офшорної зони для ведення бізнесу, оскільки це дозволяє зберігати конфіденційність та захистити інформацію про свої бізнес-операції, активи та інші важливі дані.

Отже, слід детальніше ознайомитись з найбільшими, найвідомішими та найкращими офшорними зонами у світі за індексом фінансової таємниці (табл. 1).

Таблиця 1 – 10 найкращих у світі податкових гаваней за Індексом фінансової таємниці за 2022 рік.

Ранг	Юрисдикція	Оцінка секретності	Регіон
1	Сполучені Штати	67/100	Північна Америка
2	Швейцарія	70/100	Європа
3	Сінгапур	67/100	Південно-Східна Азія
4	Гонконг	65/100	Східна Азія
5	Люксембург	55/100	Європа

6	Японія	63/100	Східна Азія
7	Німеччина	57/100	Європа
8	Об'єднані Арабські Емірати	79/100	середній Схід
9	Британські Віргінські острови	71/100	Карибський басейн
10	Генсі	71/100	Європа

Таблиця складена автором за матеріалами [4].

Показник оцінки секретності показує наскільки правова та фінансова системи юрисдикції дозволяють зберігати фінансову таємницю. 0 означає відсутність можливостей, 100 - необмежені можливості.

Спираючись на наведені в таблиці дані, 10 найбільших податкових гаваней розподілені по різних регіонах. Трохи менше половини списку розташовано в Європі, але решта поширена в Америці та Азії. Однак юрисдикції включають фінансові центри, такі як США, Японія та Німеччина, а також менші країни та території, такі як Британські Віргінські острови, Гонконг та Люксембург.

Попри всі відмінності є одна річ, яка об'єднує багатьох із них, – це зв'язок з Англією. Крім Великобританії, чотири з 10 найбільших податкових гаваней - Британські Віргінські острови та Гернсі – є британськими заморськими територіями або залежними від корони [4].

Аналізуючи таблицю 1 в контексті офшорних зон як способу залучення іноземних інвестицій, можна зробити висновок, що юрисдикції, такі як Британські Віргінські острови та Гернсі пропонують дуже низькі податки, що робить їх особливо привабливими для інвесторів. Інші юрисдикції, такі як Швейцарія, Люксембург та Нідерланди, пропонують різні фінансові переваги, такі як легкість відкриття бізнесу, високий рівень конфіденційності та прозорість управління. Крім того, багато країн, які використовуються як податкові гавані для індивідуального багатства, також використовуються корпораціями. Наразі, США, Швейцарія та Сінгапур входять до трійки найбільших податкових корпоративних податкових гаваней [5].

Процес залучення інвестицій безпосередньо пов'язаний з рейтингом секретності тому, що інвестори шукають місця для інвестування своїх коштів, де вони можуть отримати максимальну вигоду і мінімальний ризик. Підприємці також хочуть бути впевнені, що їхні інвестиції зберігаються в безпечному місці, де є достатньо законних захистів для їхнього майна.

Проблема розкриття інформації вкрай важлива для міжнародного бізнесу. З одного боку, високий рейтинг секретності може вказувати на те, що інформація про інвестиції може бути недоступною для конкурентів, але з іншого, мова може йти про фінансові зловживання та відмивання грошей. Сучасні стійкі моделі бізнесу використовують інвестиції в країни з низьким рейтингом секретності, оскільки вони більш привабливі для інвесторів та

пропонують більшу прозору та безпечну інвестиційну середу [6].

За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки: офшорні зони є важливим інструментом для залучення іноземних інвестицій в різні регіони світу. Багато з цих юрисдикцій пропонують низькі податки та інші фінансові переваги, які роблять їх особливо привабливими для інвесторів. Більшість вільних економічних зон зосереджені в Європі. Крім того, британські заморські території, такі як Британські Віргінські острови, займають важливе місце в цьому списку. Варто відзначити, що багато з цих юрисдикцій також використовуються корпораціями для зменшення податкових витрат. Проте, важливо пам'ятати, що найвищі показники секретності були знайдені в менших юрисдикціях, які становлять менше 0,1% від загальної кількості офшорних фінансових послуг.

Отже, рейтинг секретності має значний вплив на інвестиційну привабливість країни. В результаті глобальної боротьби із відмиванням коштів, країни з високим показником секретності стають менш привабливими для інвесторів, оскільки інвестиції пов'язані з великими ризиками та нестабільною інвестиційною середою. Тому для залучення інвестицій країни намагаються покращити свій рейтинг секретності та створити більш прозору та безпечну середу для інвестицій.

Література: 1. Податкова гавань. *UTMAG*. URL: <https://utmagazine.ru/posts/11850-palogoვაა-gavan> (дата звернення 15.04.2023). 2. Иванов Ю.Б., Тищенко А.Н. Сучасні проблеми податкової політики: навчальний посібник. Харків, 2006. С. 294-328. 3. Топ-10 європейських податкових гаваней – 2021. *Talking of money*. URL: <https://ru.talkingofmoney.com/top-10-european-tax-havens> (дата звернення 15.04.2023). 4. Financial secrecy index 2022. *Tax justice network*. URL: <https://fsi.taxjustice.net/> (last accessed 15.04.2023). 5. Країни, які не мають податку на приріст капіталу. *Immigrant invests*. URL: <https://immigrantinvest.com/blog/countries-where-there-is-no-capital-gains-tax/> (дата звернення 15.04.2023). 6. Шкодiна I.В., Зеленько О.О. Стійкі фінанси як фактор трансформації фінансових відносин. *Бiзнес Інформ*. 2023. - №2. С.204 – 209

УДК 336.763

Стельмашова Н.О.¹, Шкодiна I.В.²

Stelmashova N., Shkodina I.

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ
ФОНДОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
CURRENT INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT TRENDS
OF THE STOCK MARKET IN THE CONDITIONS OF FINANCIAL
GLOBALIZATION**

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
¹студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,
²д.е.н., проф., професор кафедри міжнародного бізнесу
та економічної теорії
м. Харків, Україна*

Однією з особливостей розвитку міжнародних фінансів протягом останніх десятиліть є збільшення ролі глобалізації та посилення взаємо

інтеграційних процесів між національними економіками. Тому функціонування фінансового сектору в межах лише традиційних інститутів, зокрема банків стало неможливим та призвело до перегляду всього ринку та посиленому розвитку мало розвинених, проте вже існуючих векторів. Одним з них є фондовий ринок, що забезпечив альтернативний спосіб переміщення капіталу та витіснив банківський сектор на другу позицію. Тому актуальність дослідження тенденцій розвитку інфраструктури ринку цінних паперів є беззаперечною та цілком обґрунтованим.

Метою даної роботи є надати оцінку сучасних тенденцій розвитку інфраструктури фондового ринку в умовах фінансової глобалізації.

Рівень розвитку інфраструктури фондового ринку віддзеркалює ступінь ефективності національної економіки відповідно до місця його базування. Саме забезпечити цей розвиток та загалом фундамент для функціонування ринку покликана інфраструктура. Відповідно до визначення Міжнародної фінансової корпорації (Група Світового банку) «фінансова інфраструктура - це сукупність інституцій, що забезпечують ефективне функціонування фінансових посередників. У широкому розумінні фінансова інфраструктура об'єднує існуючі законодавчі та регуляторні структури, що забезпечують функціонування фінансового сектору» [1].

Ми у своїй роботі розглядаємо інфраструктуру з точки зору її функціональних складових та елементів їх забезпечення. Вона має забезпечувати виконання великої кількості функцій за для його безперервного та ефективного функціонування. Загалом їх можна звести до чотирьох об'ємних – організаційна, посередницька, технічна та інформаційна.



Рисунок 1 – Функціональна модель інституційної будови інфраструктури фондового ринку

Джерело: розроблено автором за даними [2]

На нашу думку, найбільш дискусійним питанням залишається місце суб'єктів ринку у цій моделі, оскільки залежно від регіональних особливостей дослідники схильні включати, або ж навпаки їх у сукупність елементів інфраструктури ринку цінних паперів. Мова йде про західних вчених, що не

вважають дилерів, брокерів та андеррайтерів структурними елементами ринку, та вітчизняних – котрі у переважній більшості мають діаметрально протилежну думку.

Станом на 2021 рік ринкова капіталізація фондового ринку становить 121,94 трлн. дол. США, що є найвищим показником за останні 8 років. У 2022 році зафіксований спад, проте варто зважати на ймовірність похибки, через те, що данні оприлюднені тільки за 6 місяців. Загалом у 2022 році капіталізація світового фондового ринку знизилася приблизно на 20% порівняно з кінцем 2021 року, причому падіння відбулося в усіх регіонах. В абсолютному вираженні це становить понад 25 трлн. дол. США. У той час як вартість торгів у світі впала приблизно на 10% у 2022 році, причому в кожному регіоні, в той же час глобальні обсяги зросли приблизно на 5% [3].

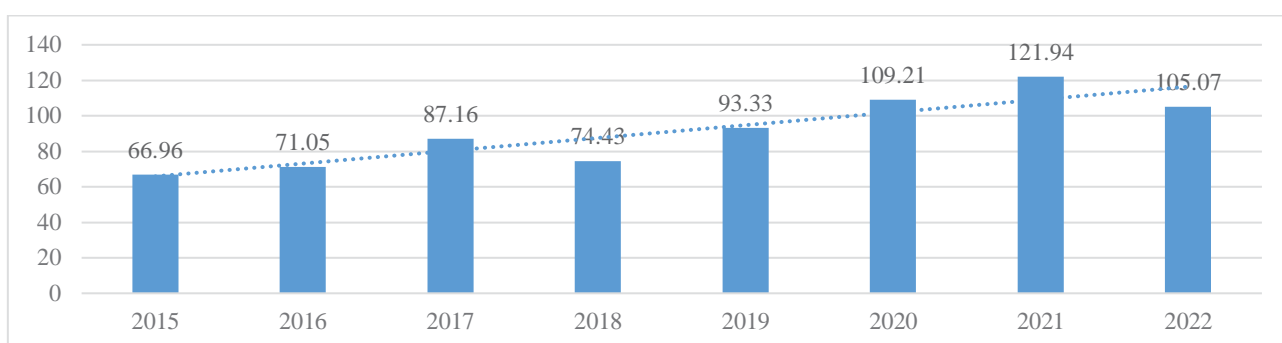


Рисунок – 2 Загальна ринкова капіталізація компаній, акції яких котируються на фондових біржах світу, 2015 - 2022 рр., трлн. дол. США

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Спираючись на побудований тренд загального обсягу капіталізації фондового ринку можна прослідкувати позитивну динаміку цього сектору. Але попри свою динамічність вона має сильну залежність від зовнішніх факторів, зокрема у 2018 відбулось суттєве зниження показника на 14,6%, проте ріст у наступному році перевищив показники 2017 році, та досягнув відмітки у 93,33 трлн. дол. США, тобто у порівнянні зріс аж на чверть, тобто на 25% [3].

Окрему увагу варто приділити фондовим біржам, адже це один з головних елементів інфраструктури регулювання фондового ринку. Їх основна роль полягає у зведенні покупців і продавців цінних паперів та забезпеченні механізму для отримання цінової інформації. Таким чином, біржі покращують економічні показники, пропонуючи компаніям можливість залучати капітал за нижчими цінами та зменшувати залежність від внутрішнього та банківського фінансування. До першої п'ятірки за ринковою капіталізацією входять наступні біржі: The New York Stock Exchange (NYSE), Euronext, The National Association of Securities Dealers Automated Quotations (NASDAQ), Shanghai Stock Exchange, Euronext, Japan Exchange Group.

Таблиця 1 - Ринкова капіталізація бірж, млрд дол. США

№ п/п	Назва біржі	Капіталізація				
		2023 рік	2022 рік	2021 рік	2020 рік	2019 рік
1	NYSE	25 482	26 558	25 182	22 987	22 464
2	Nasdaq	18 003	22 464	19 335	13 286	10 662
3	Shanghai Stock Exchange	7 265	7 573	6 499	5 106	4 194
4	Euronext	6 626	7 006	4 884	4 858	4 102
5	Japan Exchange Group	5 650	6 198	6 347	6 062	5 628

Джерело: розроблено автором за даними [4]

Відповідно до рівня капіталізації бірж перші дві позиції займають ті, що базуються у Америці, зокрема у США. З огляду динаміки за останні 5 років їхня позиція іноді змінювалась, особливо що стосується першості NYSE, її показник на січень 2023 року становив 25,482 млрд дол. США, що на 7,479 млрд дол. США більше ніж у біржі на другій позиції – NASDAQ, та сумарно перевищує капіталізацію двох нижчих за рейтингом бірж. Третє місце у рейтингу останні 3 роки займає Shanghai Stock Exchange, проте у 2020 та 2019 ця позиція належала Japan Exchange Group. В цих роках Euronext займала найнижчу сходинку, проте у 2023 році її капіталізація виросла на суттєвих 38%, причиною чого ймовірно стало злиття у 2020 році [4].

10 років тому найбільш капіталізованими довго залишались біржі США та Європи, але через чітку тенденцію до збільшення фінансової ролі східних країн на світовому фондовому ринку їхні позиції зараз значно вищі. Якщо на початку XXI ст. ринки цінних паперів східних країн мали лише 15% капіталізації світового ринку, то вже через 10 років їх частка зросла вдвоє [2, с. 4]. Станом на 2023 рік, беручи до уваги лише окреслений перелік фондових бірж, частка США становить 69%, Європи – 11,52%, азійського ринку – 19,47% [4].

При регіональному розрізі неможна оминати той факт, що американський фондовий ринок є найбільшим, а тому діючі на ньому інституціональні складові мають неабиякий опосередкований вплив на інші регіони, тобто АРАС (Азійсько-Тихоокеанський регіон) та ЕМЕА (Європа, Близький Схід та Африка).

Основною метою побудови ефективної моделі інфраструктури фондового ринку є результативне функціонування її інститутів, що у синергії знижує до мінімуму ризик впливу зовнішніх факторів. Вона має однаково дієво забезпечувати рівні умови для кожного її учасника та захищати їхні права та диктувати правила роботи в межах чітко окресленого ринку. Вона дає можливість суб'єктам відтворювати реальну модель економіки. У документі "Принципи для інфраструктур фінансових ринків" зазначається, що розвинена інфраструктура сприяє прогресу країни, а також забезпечує належний рівень ринкової ліквідності, конвертує ризики [2, с. 26].

Через посилення міжнародної взаємодії та як наслідок сильної економічної глобалізації помилки в її роботі здатні викликати сильні фінансові

шоки та призвести до світового економічного колапсу, тобто високо рівні дисбалансів у структурі та дисбалансів ліквідності, кредитних втрат учасників ринку. Наразі її розгалужена структура, що включає міжнародні регулюючі організації, інститути спільного інвестування, компанії з управління активами, клірингові палати, центральні депозитарії та низку систем інформаційного забезпечення у сукупності створюють умови для її прогресивного розвитку.

Загалом фінансову інфраструктуру без перебільшень можна вважати фундаментом та необхідною умовою її функціонування. Процес її формування досить динамічний та за останні 10 років мав багато змін, що призвели до її покращення. Цей процес супроводжувався різними факторами, основними з яких стали посилення державного регулювання банківської діяльності та розвиток цифрових технологій. Розвинена інфраструктурна система здатна забезпечити всебічну підтримку ринку цінних паперів та ефективну взаємодію між його основними учасниками. Водночас представники сектору торгівлі цінними паперами та сектору управління активами є одночасно і учасниками інфраструктури ринку цінних паперів, і активними учасниками ринку, які потребують власної інфраструктури. Такий дуалізм елементів інфраструктури фондового ринку потребує аналізу в рамках подальших досліджень.

Література: 1. The world bank UPC: <https://www.worldbank.org/en/home> (Дата звернення: 15.04.2023) 2. Macey J. Regulating Exchanges and Alternative Trading Systems: A Law and Economics Perspective. *Journal of Legal Studies*, 2018. P. 20-27. 3. Statista UPC: <https://www.statista.com/markets/414/topic/993/financial-institutions/#overview> (Дата звернення: 18.04.2023) 4. World Federation of exchanges: Market Statistics UPC: <https://focus.world-exchanges.org/issue/april-2019/market-statistics> (Дата звернення: 17.04.2023) 5. Шкодін І.В., Азаренкова Г. М. Основні тенденції розвитку фондового ринку в посткризовий період. *Вісник НБУ*. 2012. №2 (192)

УДК 658.7

Фоменко М. Р.¹, Майборода О. Є.²

Fomenko M., Maiboroda O.

ЛОГІСТИЧНІ ВИТРАТИ: ВИЗНАЧЕННЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОБЛІК

LOGISTICS COSTS: DEFINITION, CLASSIFICATION AND ACCOUNTING

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

¹студентка кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії,

²к.е.н., доц., доцент закладу вищої освіти

кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова

м. Харків, Україна

Логістика є важливою галуззю управління діяльністю компаній, що дозволяє покращувати процеси виробництва та збуту продукції, а також знижувати витрати. Логістика – це галузь економіки, яка займається обліком

та плануванням організації транспортування та перевезення товарів, а також послуг та посилок. Вона є внеском у велику частину економіки, а її ефективність позначається на продуктивності діяльності інших секторів економіки [3].

Однією з найважливіших складових логістики є логістичні витрати. Логістичні витрати – це сукупність витрат, пов'язаних з плануванням, організацією та контролем потоків матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів компанії.

Як будь-які витрати компаній, що здійснюють свою діяльність на міжнародних ринках, логістичні витрати можна класифікувати. Класифікація логістичних витрат дозволяє керівництву компанії правильно оцінювати їхній вплив на бізнес, а також приймати оптимальні управлінські та фінансові рішення

Класифікація логістичних витрат включає в себе такі групи витрат, як витрати на транспортування, складське господарство, матеріально-технічне забезпечення, інформаційні технології та управління. Класифікація логістичних витрат може відрізнитися в залежності від типу перевезень та послуг, тож їх можна розділити на наступні категорії: витрати на транспортування, витрати на перевезення, витрати на послуги та посилки, витрати на матеріали та обладнання, витрати на персонал та працівників. Ці витрати можуть бути прямими та опосередкованими. Прямі витрати пов'язані з безпосереднім пересуванням товарів, їх зберіганням та обробкою. Опосередковані витрати пов'язані із діяльністю підприємства загалом, такими як зарплата працівників, оренда приміщень, покупка програмного забезпечення [1].

Витрати на транспортування включають в себе витрати на паливо, оренду транспорту, оплату робітників. Складське господарство включає в себе витрати на оренду складських приміщень, оплату працівників складу, утримання належного рівня складської інфраструктури. Матеріально-технічне забезпечення транспортно-логістичної діяльності включає в себе витрати на придбання техніки, обладнання, інструментів, матеріалів та інших засобів, необхідних для здійснення логістичних процесів. Ці витрати можуть бути пов'язані з придбанням вантажних машин, ремонтом складського устаткування, закупівлею упаковки, піддонів тощо.

Логістичні витрати формуються в результаті взаємодії каналів постачання, розподілу і виробництва. У найбільш загальному вигляді логістичні витрати окремого підприємства складаються з:

– витрат ланцюгів постачання, куди входять витрати на транспортування, складські витрати, витрати на експедиціонування, вантажообробку, інформаційну підтримку постачання;

– витрат виробничо-технологічних ланцюгів, що включають витрати на внутрішньовиробничі перевезення, складування та виробничу логістику;

– витрат розповсюджувальних й збутових ланцюгів, а саме витрат на транспортування, витрат в системі збуту, витрат на експедиціонування при доставці продукції покупцям, витрат на страхування вантажів, митних витрат [5].

На наш погляд, доцільно до складу логістичних витрат включати також витрати на здійснення фінансових операцій, що забезпечують рух матеріальних потоків, логістичне адміністрування, втрати від імобілізації матеріальних і фінансових потоків, незавершеного виробництва та готової продукції, а також збитки від недостатнього рівня постачання, виробництва та збуту готової продукції.

В окремих підприємствах витрати на логістику коливаються в межах 5–35 % від обсягів продажів залежно від типу бізнесу, географічного масштабу діяльності та співвідношення вагових та цінових характеристик готових продуктів та матеріалів, що використовуються. Витрати на логістику складають одну з найбільших статей витрат, пов'язаних з веденням бізнесу, поступаючись місцем лише витратам на сировину та матеріали у виробництві або собівартості реалізованої продукції в оптовій та роздрібній торгівлі [6].

Для рентабельної діяльності підприємств очевидною є необхідність своєчасного і достовірного обліку логістичних витрат. Облік логістичних витрат є важливою складовою управління логістичними процесами та дозволяє ефективно планувати бюджет та визначати собівартість продукції. Основними проблемами в цій галузі є брак інформації про логістичні витрати, відсутність обґрунтованих методів їх обліку та оцінки, а також обмеженість інструментів для повного розрахунку вартості логістичної складової. Перелік бізнес-процесів, в яких виникають витрати на забезпечення руху матеріального потоку та пов'язаного з ним інформаційного потоку, досить широкий, тож існує певна градація порядку матеріального потоку, а саме:

– матеріальний потік першого порядку – охоплює транспортування між виробництвом та його постачальниками або між замовниками та підприємствами в цілому;

– матеріальний потік другого порядку – охоплює транспортування всередині виробничої території, а також між різними підрозділами та цехами підприємства;

– матеріальний потік третього порядку – охоплює транспортування між окремими ділянками одного підрозділу підприємства або між окремими засобами виробництва всередині однієї ділянки;

– матеріальний потік четвертого порядку – охоплює транспортування (переміщення) всередині одного робочого місця.

У табл. 1 показано, як частка логістичних витрат у вартості продукту оцінювалася групою американських дослідників на чолі з Майклом Ліндерсом.

Таблиця 1– Структура логістичних витрат у вартості продукту

Стаття бухгалтерського обліку	Витрати за статтею, %
Сировина, матеріали	37,8
Електроенергія	12,5
Оплата праці персоналу	10,9
Експлуатація обладнання	11,1
Витрати на збут продукції	4,2
Загальновиробничі витрати	9,8
Адміністративні витрати	14,4

Джерело: [7]

Для більш точного розуміння розрахунків Ліндерса та його колег низка українських вчених докладно розглянула структуру логістичних витрат у собівартості продукції виробничих підприємств (табл. 2).

Таблиця 2 – Логістичні витрати, виділені із статей витрат у вартості продукту

Стаття бухгалтерського обліку	Частина витрат на логістику у статті обліку	Витрати за статтею, %
Сировина, матеріали	Винагорода постачальника (посередника)	7,1
	Вартість доставки від постачальника	1,8
Електроенергія	Електроенергія на переміщення	0,6
	Електроенергія при технологічних простоях	2,9
	Електроенергія при гарячих простоях	0,8
Оплата праці персоналу	Оплата праці під час неконтрольованої обробки	2,0
	Оплата праці під час додаткових робіт та переміщень	1,8
	Оплата праці під час допоміжних робіт та простоїв	2,0
	Оплата праці під час відпочинку, перерви, перешкод	1,6
Експлуатація обладнання	Витрати на обладнання під час допоміжних робіт	1,4
	Витрати на обладнання під час технологічних простоїв	1,8

	Витрати обладнання під час відпочинку персоналу та перерв	0,6
Витрати на збут продукції	Переміщення на склад	0,2
	Транспортування до замовника	2,2
	Зберігання	0,2
Загальновиробничі витрати	Переміщення напівфабрикатів, відходів	0,2
	Проміжне зберігання напівфабрикатів	0,7
Адміністративні витрати	Перевірка та зберігання матеріалів	0,7
	Обслуговування платежів за матеріали	1,0

Джерело: [2]

Для ефективного обліку логістичних витрат важливо використовувати різноманітні методи аналізу та контролю, зокрема:

- АВС-аналіз, який дозволяє виділити статті, що становлять значну частку витрат, та зосередити увагу на їх оптимізації;
- метод прогнозування, який дозволяє передбачити майбутні витрати та планувати бюджет на наступний період;
- інтервальний аналіз, який дозволяє визначити рівень зміни витрат за певний період часу та знайти причини їх зміни [6].

Одним з ефективних методів управління логістичними витратами є застосування інформаційних технологій, зокрема, автоматизація логістичних процесів. Це дозволить зменшити час та зусилля, що витрачаються на виконання операцій, покращити контроль над потоками матеріальних цінностей та інформації, а також сприятиме зменшенню помилок і недоліків у процесі роботи. Крім того, можна використовувати спеціальні програмні засоби для планування маршрутів доставки, оптимізації використання транспортних засобів та зменшення витрат на складське управління. Варто зауважити, що логістика не обмежується рухом матеріальних ресурсів, і витрати, викликані акумулюванням, рухом та обробкою інформації, теж слід розглядати як логістичні витрати.

В умовах, коли фінансового успіху виробничим та торговельним компаніям все важче досягти шляхом нарощування обсягів виробництва або за допомогою вдосконалення методів просування товару, основним інструментом отримання конкурентних переваг стає управління витратами.

Правильне визначення, класифікація та облік логістичних витрат дозволяють підприємствам знизити витрати і підвищити ефективність логістичних процесів, що сприяє зростанню їхньої конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Тож, ефективне управління логістичними витратами є ключовим елементом успішної діяльності підприємства. Тільки за таких умов ефективного управління логістичними витратами підприємство зможе

успішно функціонувати та досягати максимальної прибутковості, забезпечуючи потреби клієнтів і партнерів.

Література: 1. Бондаренко О. С. Класифікація фінансових потоків у контексті логістично-орієнтованого управління. *Агросвіт*. 2015. № 10. С. 14–21. 2. Завитій О., Дідоренко Т., Кондрюк Л. Логістичні витрати виробничих підприємств як об'єкти обліку та контролю. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2019. Вип. 1–2. С. 49–73. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2019.01.049>. 3. Майборода О. Є. Транспортний складник інфраструктури у глобальному логістичному розвитку. *Інтелект XXI. Серія «Світова економіка та міжнародні відносини»*. 2020. № 2. С. 12–16. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.1>. 4. Репіч Т. А., Карась Д. М. Шляхи мінімізації витрат на логістичну діяльність підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5319> (дата звернення: 17.03.2023). 5. Сумець О. М. Фінансові потоки в логістичних системах: призначення, утворення, визначення, основні характеристики, класифікація. *Логістика: проблеми та рішення. Серія «Фінансова логістика»*. 2017. № 5–6 (72–73). С. 52–56. 6. Шевців Л. Ю. Організація управлінського обліку логістичних витрат. *Збірник наукових праць «Економічні науки». Серія «Облік і фінанси»*. 2014. Вип. 11 (41). Ч. 3. С. 187–196. 7. Leenders, M., Fearon H. E., Flynn, A., Johnson, P. F. *Purchasing and Supply Management (12th edition)*. Irvine : McGraw-Hill, 2001. 768 p.

УДК 336.64

Шкодiна I.B.
Shkodina I.

СТІЙКІ ІНВЕСТИЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ **SUSTAINABLE INVESTMENTS: STATUS AND PROSPECTS**

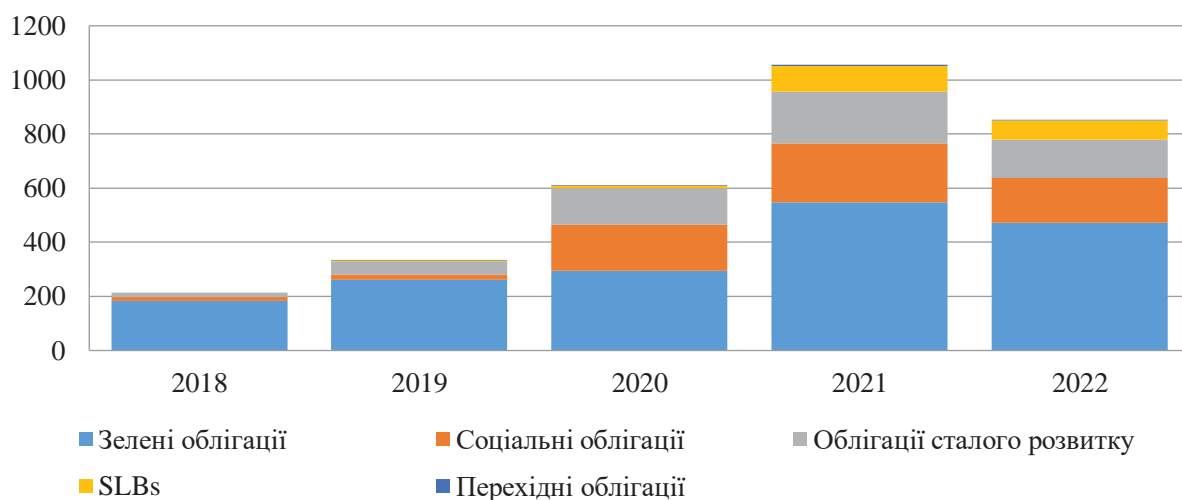
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
д.е.н., проф, професор кафедри
міжнародного бізнесу та економічної теорії
м. Харків, Україна

Збільшення важливості стійкого розвитку привело до того, що міжнародні фінансові установи та фінансисти виходять за межі традиційного аналізу для оцінки ризиків і можливостей інвестування, а враховують у своїх рішеннях екологічні, соціальні та управлінські питання (ESG - environmental, social, governance - навколишнє середовище, соціальна сфера, корпоративне управління).

Стійкі інвестиційні проекти стають все популярнішими, оскільки багато інвесторів та компаній віддають перевагу проектам, які створюють користь для довкілля та суспільства в цілому. Стійкі фінанси залучають за допомогою різних інструментів, серед яких зелені облігації, зелені кредити, інвестиційні фонди зелених технологій та інші [5].

Відновлювана енергетика (вітрова, сонячна, біопаливо та інші відновлювані джерела енергії) залишається найбільшим сектором з точки зору інвестицій. У 2022 р. найбільше інвестицій було у сонячну та вітрову енергію (495 млрд дол., що на 17% більше за попередній рік), електромобілі (466 млрд дол., що на 54% більше за попередній рік). У 2022 році глобальні інвестиції в енергетичний перехід вперше зрівнялися з інвестиціями у вичерпне паливо. Майже половина всіх глобальних інвестицій у енергетичний перехід - 546 млрд дол здійснюється в Китаї, на другому місці США з 141 млрд дол. (Якби ВНЕФ враховував Європейський Союз як єдине ціле, він був би другим із 180 млрд дол.) [1].

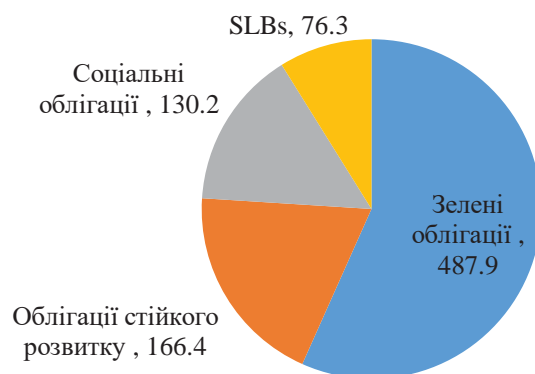
За даними Climate Bonds Market Intelligence, враховуючи складні геополітичні та макроекономічні чинники у 2022 році, глобальний випуск стійких облігацій склав лише 863,4 млрд дол., що на 137 млрд дол. менше за попередній рік [4].



Джерело: Climate Bonds Market Intelligence [4]

Рисунок 1 – Динаміка розвитку ринку стійких облігацій (млрд дол. США)

Одним з найбільших та найшвидше зростаючих сегментом стійкого інвестування є зелені облігації. У 2022 році зелених облігацій випущено на 487,1 млрд доларів США, облігацій сталого розвитку - на 166,4 млрд дол., соціальних облігацій - на 130,2 млрд дол., SLBs (облігації, що пов'язані зі стійкістю) - на 76,3 млрд дол. та перехідних облігацій на 3,5 млрд дол. (рис 2) [4].



Джерело: Climate Bonds Market Intelligence [4]

Рисунок 2 - Випуск зелених облігацій у 2022 р., млрд. дол.

Збільшення попиту на стійкі фінансові рішення привело до створення різного роду індексів сталого інвестування, які відіграють ключову роль на ринку та допомагають інвесторам і менеджерам оцінювати ефективність і створювати нові продукти ESG. Серед них Індеси зелених, соціальних і стійких облігацій, Корпоративні індекси ESG, Індеси кліматичного переходу та Паризькі індекси, Глобальні вуглецеві індекси майбутнього та ін. [3].

Найбільш популярними серед інвесторів є Індеси зелених, соціальних і стійких облігацій, які відстежують облігації, що сприяють пом'якшенню наслідків зміни клімату або спрямовані на досягнення позитивних соціальних результатів (наприклад, зниження рівня бідності) (табл. 1)

Таблиця 1 – Динаміка зміни Індексів зелених, соціальних і стійких облігацій

Індекс	Грудень 2018	Грудень 2020 р	Липень 2022 р
ICE Green, Social, and Sustainability Bond Index	272 млрд дол.	972 млрд дол.	1,7 трл дол.
Індекс зелених облігацій ICE BofA	240 млрд дол.	572 млрд дол.	980 млрд дол.
Індекс стійких облігацій ICE	23 млрд дол.	233 млрд дол.	421 млрд дол.
Індекс соціальних облігацій ICE	11 млрд дол.	167 млрд дол.	333 млрд дол.
ICE Global High Yield Green, Social & Sustainable Bond Index	6 млрд дол.	29 млрд дол.	\$84 млрд дол.
ICE Sustainability Linked Bond Index	-	4 млрд дол.	82 млрд дол.
ICE Global High Yield Green Bond Index	6 млрд дол.	26 млрд дол.	66 млрд дол.

Джерело: [2]

Не зважаючи на збільшення інвестицій в стійкі фінансові проекти з кожним роком, цей ринок розвинений недостатньо. Основними чинниками гальмування розвитку ринку виступають відсутність чітких міжнародних стандартів його роботи та високі витрати на сертифікацію стійких фінансів. Інституціоналізація ринку стійких фінансів збільшить прозорість ринку та прибутковість стійких проектів, що буде корисними для бізнесу з точки зору сталості та конкурентоспроможності. Важливо не зарегулювати галузь, оскільки багато міжнародних компаній, які розглядають можливість стійкого фінансування, просто не зможуть досягти глобальних чи європейських стандартів.

Список використаних джерел: 1. Global Low-Carbon Energy Technology Investment Surges Past \$1 Trillion for the First Time. January 26, 2023. <https://about.bnef.com/blog/global-low-carbon-energy-technology-investment-surges-past-1-trillion-for-the-first-time/> 2. Ross J. How Sustainability Indices Can Support the Global ESG Push. November 9, 2022 <https://www.visualcapitalist.com/sp/how-sustainability-indices-can-support-the-global-esg-push/> 3. Sustainability Indices https://www.ice.com/market-data/indices/sustainability-indices?utm_source=vc&utm_medium=web 4. Sustainable Bond Issuance Will Return To Growth In 2023 Feb. 7, 2023 URL: <https://www.spglobal.com/assets/documents/ratings/research/101572346.pdf> (дата звернення: 27.02.2023) 5. Шкодін І.В., Зеленько О.О. Стійкі фінанси як фактор трансформації фінансових відносин. *Бізнес Інформ*. 2023. №2.

УДК 339.9:[336.22:330.131.7]

Хоменко А.А.¹, Легостаєва О.О.².

Khomenko A., Liehostaieva O.

**ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИ УСУНЕННЯ ПОДАТКОВИХ
РИЗИКІВ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ**

**WAYS OF MINIMIZING AND METHODS OF ELIMINATING TAX RISKS
IN INTERNATIONAL BUSINESS**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

¹студент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

²к.е.н., доц. кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

м. Харків, Україна

За останні роки держава значно більше уваги приділяє суб'єктам господарювання, які вибирають внутрішні та зовнішні ринки для здійснення своєї діяльності. Кожна з успішних економік світу стежить за знаходженням шляхів для встановлення діалогу з представниками громадськості та бізнесу з метою запобігання спробам платників податків мінімізувати свої зобов'язання. Водночас, серед турбот бізнес-спільноти вагоме значення має зниження адміністративного навантаження з боку фіскальних органів влади, що може перешкоджати створенню успішного господарського підприємства.

Вивчення та глибокий аналіз податкових ризиків, які можуть виникнути у суб'єктів господарювання, а також пошук шляхів їх зменшення або усунення має велике значення для всіх учасників міжнародного бізнесу. Такі моделі активно розробляються науковцями в галузі економіки, фінансів, ризик-менеджменту.

Що стосується України як держави, то їй важливо вивчати та використовувати глобальний досвід у регулюванні міжнародного бізнесу, а також відкрито йти до застосування світових моделей, які довели свою ефективність. Мова йде як про початкові методики вивчення ризиків для суб'єктів бізнесу у сфері оподаткування, так і про подальші кроки фіскальних органів щодо взаємодії з представниками громадськості та суб'єктами господарювання.

Такі проблеми як неефективність методик та низький рівень технологій управління податковими ризиками з'являються щороку та потребують інноваційних підходів, а також наукового обґрунтування з урахуванням досвіду розвинених країн.

Питання, присвячені податковим ризикам, досліджували В. В. Вітлінський [6], О. Д. Вовчак [7], М. І. Виклюк [4], І. В. Горобінськ, В. П. Вишневський [5], А. Г. Загородній [9], Т. А. Козенкова [10], К. В. Колісніченко [11], Г. К. Яловий [16], І. А. Майбурова [12], С. А. Супруненко, А. М. Соколовська [15].

Незважаючи на велику кількість наукових публікацій, що присвячені дослідженню природи та способів зменшення податкових ризиків для суб'єктів, які займаються господарською діяльністю на міжнародному рівні, дана проблема все ще не отримала достатньої уваги.

Мета дослідження полягає в дослідженні податкових ризиків, які можуть виникати у міжнародному бізнесі, а також розробка рекомендацій щодо їх уникнення або мінімізації завданих збитків суб'єктам господарювання.

Таким чином, міжнародний бізнес – це комерційних трансакцій між партнерами із декількох країн, у глобальному масштабі. Варто вказати основні відмінності міжнародного бізнесу від внутрішнього:

- необхідність конвертації грошових коштів через використання різних валют різними державами;
- розбіжності у господарському законодавстві різних країн;
- різні культури та менталітет;
- різна наявність та кількість ресурсів, що доступні у кожній країні.

Міжнародні організації, такі як МВФ, Світовий банк, Міжнародна організація праці, МФК, Рада ООН з промислового розвитку (ЮНІДО) та Європейський банк реконструкції та розвитку, встановлюють контроль над бізнесом у міжнародних масштабах.

Осборн визначає універсальний перелік ризиків, з якими стикається чи не кожна організація при веденні бізнесу [2, с. 15]. Науковець подає таку класифікацію груп ризиків: стратегічні, операційні, фінансові, регуляторні, здоров'я і безпеки, персоналу, технологічні та проектні.

Відповідно до Європейської «Настанови з ризик-менеджменту щодо дотримання законодавства для податкових адміністрацій» [8, с. 557] головним у ризик-менеджменті з дотримання законодавства є операційний контекст.

Зараз у системах оподаткування практично всіх країн світу використовуються інноваційні технології та інструменти, що надають доступ до даних. Це стало можливим завдяки досягненням науки та комп'ютерних розробок, таких як штучний інтелект, які вагомо впливають на формування та розвиток державної податкової політики.

Схожий процес можемо спостерігати у Італії, яка активно використовує інноваційний інструмент під назвою FALKO. Його основна функція полягає у виявленні осіб та організацій, які сплачують значну суму податків та підлягають інспекції.[3]. Ця система розпізнає факти ухилень від сплати податків у сфері оподаткування прибутку.

Система FALKO допомагає податковій службі Італії ефективно аналізувати великий обсяг інформації з внутрішніх та зовнішніх джерел. Це дозволяє податковій службі швидше та успішніше виявляти ухилення та забезпечувати збір податків до державного бюджету. Крім того, суб'єкти господарювання, що мають свідомість про наявність такої системи виявлення ухилень, стають більш мотивованими не приховувати власні доходи та дотримуватись строків сплати обов'язкових платежів.

Треба зазначити, що Австрія теж є яскравим прикладом налагодженої співпраці між фіскальними органами та суб'єктами господарювання. Це відбувається шляхом застосування методу поділу податкових ризиків на сегменти, з наступною розробкою індивідуальних стратегій для подолання цих ризиків для кожного сегменту (наприклад, окремі сегменти ризиків виділяються для малих та великих суб'єктів господарювання). Цей підхід дозволяє розв'язувати податкові проблеми комплексно, але у той самий час диференційовано [1].

Також варто згадати про досягнення Німеччини, де фіскальні органи регулярно інформують громадськість про успішні результати своєї роботи з податковими ризиками, тим самим покращуючи комунікацію з зовнішніми суб'єктами [13, с. 256].

Досліджуючи прийоми запобігання податковим ризикам, що застосовуються у різних державах, можна прийти до висновку, що прозорість фіскальних органів та побудова відносин їх представників із населенням на основі довіри мають ключове значення у процесі ліквідації та мінімізації податкових ризиків для міжнародного бізнесу.

Варто вивчити та впровадити в українське законодавство ефективний досвід розвинутих економік світу, щоб знизити адміністративні перешкоди, з якими стикаються платники податків в нашій країні.

Для ідентифікації можливих ризиків у сфері оподаткування та знаходження шляхів їх запобігання, слід розглянути можливості використання широкого спектру ІТ-технологій. Відповідно, співпраця з фіскальними

органами влади має забезпечити безпеку для суб'єкта оподаткування та допоможе уникнути приховування від них.

Насамперед взаємодія між громадськістю та владою є критично важливою для боротьби з податковими ризиками, забезпечення стійкості економіки та досягнення загального добробуту населення.

Література: 1. Compliance risk management guide for tax administrations [Electronic source]. Access mode: http://ec.europa.eu/taxation_customs/ 2. Osborn E. Risk Management Made Easy / Osborn E. BookBoon. Premium. 2012. P. 65. 3. Tax Administration in OECD and Selected Non-OECD Countries: Comparative Information Series (2010) [Електронний ресурс] / Centre for tax policy and administration. Forum on tax administration. 3 March 2011. Режим доступу: www.oecd.org/dataoecd/2/37/47228941.pdf 4. Виклюк М. І. Податкова безпека: дуалістичність економічної природи трактування змісту основних характеристик / М. І. Виклюк, В. В. Гресик // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. 2013. № 5 (43). С. 242–246. 5. Вишневецький В. П. Оцінка можливості зниження податкового тягаря / В. П. Вишневецький, Д. В. Липницький // Фінанси України. 2012. № 8. С. 93–105. 6. Вітлінський В. В. Джерела і види податкових ризиків, їх взаємозв'язок / В. В. Вітлінський, О. М. Тимченко // Фінанси України. 2007. № 3. С. 132–139. 7. Вовчак О. Д. Податкові ризики у системі управління економічною безпекою / О. Д. Вовчак // Фінанси України. 2008. № 11. С. 41–47. 8. Економічний аналіз: базовий курс для податкового аналітика: навч. посіб. / Нац. ун-т ДПС України; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л.Л. Тарангул. – К.: СВЦ ДПС України: СВЦ Міндоходів України, 2013. 799 с. 9. Загородній А. Г. Податки та податкове планування підприємницької діяльності: монографія / А. Г. Загородній, А. В. Єлісеєв. Львів: Центр бізнес-сервісу. 2003. 152 с. 10. Козенкова Т. А. Налоговое планирование на предприятии / Т. А. Козенкова. М.: А и Н, 2005. 562 с. 11. Колісниченко К. В. Основні характеристики податкових ризиків / К. В. Колісниченко // [Електронний ресурс]. / Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Режим доступу: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file> 12. Податкова політика: теорія, методологія, інструментарій: навчальний посібник; під редакцією д-ра екон. наук, проф. Ю. Б. Іванова, д-ра екон. наук, проф. І. А. Майбурова. Х.: ВД «ІНЖЕК». 2010. 492 с. 13. Романенко В.В. Європейський досвід управління ризиками в оподаткуванні / В.В. Романенко // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). 2014. № 1. С. 253–258. 14. Романюта Е. Е. Європейська практика управління податковими ризиками: уроки для України. Причорноморські економічні студії. Одеса. 2017. Вип. 18. С. 28–32. 15. Соколовська А. М. Податкова система України в контексті світового досвіду // Фінанси України. 2012. № 7. С. 77–89. 16. Яловий Г. К. Податкова політика в контексті забезпечення економічної безпеки підприємства / Г. К. Яловий // [Електронний ресурс] / Економічний вісник НТУУ «КПІ». Режим доступу: <http://economy.kpi.ua/uk/node/371>.

Фрідман О.А.

Fridman O.

**УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У
ПЕРІОД ВОЄННОГО ЧАСУ**

**RISK MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITIES DURING
WARTIME**

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

к.е.н., доцент кафедри

економіки та менеджменту

м. Харків, Україна

Інвестиції - це важлива частина фінансового планування будь-якої організації чи фізичної особи. Інвестиції можуть бути направлені на розширення виробництва, модернізацію технологій, введення нових продуктів на ринок. Проте інвестиції несуть певні ризики.

Управління ризиками інвестиційної діяльності у період воєнного часу є важливою задачею для інвесторів і фінансових установ. Воєнний час може призвести до значних змін на фінансових ринках і в економіці загалом, що може вплинути на доходність та безпеку інвестицій. Управління ризиками інвестиційної діяльності у період воєнного часу має свої особливості через надзвичайні обставини, які впливають на глобальну політику, економіку та фінансові ринки.

Управління ризиками інвестиційної діяльності в Україні вимагає уваги до кількох ключових аспектів, особливо враховуючи особливості політичної та економічної ситуації в країні (рис 1) [1]. Нетрадиційними ризиками в умовах воєнного стану є ризик збитків від воєнних дій, ризик зміни регуляторного середовища, ризик втрати доступу до ринків тощо.



Рисунок 1 – Ключові аспекти управління ризиками інвестиційної діяльності

Україна має значний потенціал для інвестицій у різних галузях, і представники різних країн демонструють інтерес до різних секторів української економіки. Ось деякі з найбільш привабливих напрямків для інвестицій в Україні [3]:

✓ *Інноваційні технології:*

Україна розвивається як центр для розробки програмного забезпечення, інформаційних технологій та стартапів. Інвестори з США, Німеччини, Великобританії та інших країн зацікавлені в українських ІТ-проектах

✓ *Сільське господарство:*

Україна має великий сільськогосподарський потенціал та оброблювану землю. Інвестори із Польщі та інших країн вкладають кошти в аграрний сектор, включаючи вирощування зернових, овочів та виробництво продуктів харчування.

✓ *Фінансовий сектор:*

Банки та фінансові установи з інших країн розглядають Україну як потенційний ринок для розширення банківських послуг та інших фінансових продуктів.

✓ *Енергетика:*

Україна має значний потенціал для розвитку відновлювальних джерел енергії, таких як сонячна та вітрова енергія. Інвестори здійснюють проекти в цій галузі.

✓ *Корисні копалини:*

Україна має значний потенціал для видобутку корисних копалин, зокрема залізної руди, вугілля, газу та інших ресурсів.

Ці напрямки представляють різні сектори української економіки та відкривають можливості для інвестицій та співпраці з іноземними компаніями та інвесторами.

Найбільше інвестиційними можливостями в Україні цікавляться представники США, Німеччини, Великобританії, Польщі та Туреччини в таких напрямках, як: інноваційні технології, сільське господарство, фінансовий сектор, логістика, енергетика, корисні копалини та оборонна промисловість. [2]

Інвестиції під час війни вимагають високого рівня пильності, адаптивності та мінімізації ризиків. Вкрай важливо постійно стежити за ситуацією, коригувати свою стратегію за потреби та віддавати пріоритет безпеці ваших інвестицій і персоналу. Крім того, звернення за порадою до експертів із досвідом роботи в зонах конфлікту може бути неоціненним для управління інвестиційними ризиками під час війни.

Література: 1. Бруслиновська І. В., Матвійчук В. І. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства. Економіка і організація управління. 2018 (31), 100–111. 2. Інвестування в Україну під час війни. [1/2] Advantage Ukraine Trans.info. <https://trans.info/ua/rik-viyny-yak-konflikt-v-ukrayinivplynuv-na-transportnyi-sektor-yevropy-328130> 3. Ярослав Голобородько (2022) Війна в Україні: економіка, бізнес, логістика, допомога <https://trans.info/ru/viyna-v-ukrayini-ekonomika-biznes-logistika-dopomoga-279148>

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

СУЧАСНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції
(25 квітня 2023 року, м. Харків, Україна)

Українською та англійською мовами

Відповідальна за випуск: Дерід І.О.

Підписано до друку 16.05.2023 р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Друк ризографічний.
Ум. друк. арк. 10. Обл.-вид. арк.12,6.
Наклад. 60 прим. Зам. №148/2023. Ціна договорна.

Видавець і виготовлювач
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
61022, Харків, майдан Свободи, 4
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №3367 від 13.01.09
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна