

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

наукової конференції здобувачів вищої освіти і молодих
учених спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

(м. Полтава, 14 квітня 2023 року)

За загальною редакцією доцента В. Ю. Стрілець



Полтава
2023

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ» (ПУЕТ)
Кафедра міжнародної економіки та
міжнародних економічних відносин**

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

наукової конференції здобувачів вищої освіти і молодих
учених спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

(м. Полтава, 14 квітня 2023 року)

За загальною редакцією доцента В. Ю. Стрілець

**Полтава
ПУЕТ
2023**

УДК 33(100):167.1-021.412]:339.9:005.44](082)

A43

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» ЗАБОРОНЕНО

Редакційна колегія:

В. Ю. Стрілець, д-р екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

A43 **Актуальні** проблеми теорії та практики міжнародних економічних відносин в умовах глобальної трансформації : матеріали наукової конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини (м. Полтава, 14 квітня 2023 р.) / за заг. ред. доц. В. Ю. Стрілець. – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 89 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр. та англ. мовами.

ISBN 978-966-184-445-1

У матеріалах наукової конференції представлені дослідження здобувачів вищої освіти та молодих учених спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини з актуальних проблем міжнародних економічних відносин. Для студентів ЗВО, аспірантів, викладачів.

УДК 33(100):167.1-021.412]:339.9:005.44](082)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і
торгівлі», 2023

ISBN 978-966-184-445-1

ЗМІСТ

Андрущенко Д. І., Артеменко А. В.

Розвиток взаємовідносин Україна – ЄС:
сучасний стан та перспективи розвитку..... 5

Бергман Б. І., Стрілець В. Ю.

Розвиток інтернет-торгівлі та її ефективність в умовах
глобалізації міжнародних торговельних відносин 11

Вельшинський Д. І., Пожар А. А.

Науково-технологічні фактори
економічної діяльності ТНК..... 15

Ворона А. С., Клименко В. І.

Експортно-імпортна діяльність українських
підприємств в умовах війни..... 20

Дубравська С. В., Артеменко А. В.

Транснаціональні корпорації як рушійні сили процесу
економічної глобалізації (за матеріалами Apple Inc.) 25

Кожевніков Д. М., Клименко В. І.

Сучасні проблеми розвитку міжнародного
ринку туристичних послуг..... 29

Курулюк К. А., Клименко В. І.

Корпоративна соціальна відповідальність
міжнародних компаній 33

Матюшко Я. Б., Стрілець В. Ю.

Міжнародний маркетинг транснаціональних корпорацій
у фокусі глобального процесу регіоналізації 39

Науменко Д. О., Стрілець В. Ю.

Стратегії розвитку національних
економік в умовах глобалізації..... 43

Овсієнко А. А., Флегантова А. Л.

Конкурентоспроможність підприємства
в умовах економічної глобалізації..... 47

<i>Погрібняк К. С., Артеменко А. В.</i>	
Транскордонні злиття та поглинання як стратегічний напрямок процесу економічної глобалізації	53
<i>Семачкіна А. О., Франко Л. С.</i>	
Соціальний медіа-маркетинг як інструмент комунікаційної політики компанії «Walmart Inc.»	57
<i>Терешко Д. С., Франко Л. С.</i>	
Спеціальні економічні зони Китаю: умови для розвитку бізнесу	61
<i>Шульженко Є. П., Клименко В. І.</i>	
Реалізація стратегії виходу компанії на міжнародні ринки: досвід «Starbucks Corporation»	66
<i>Adeniregun Aderinsola Halimat, Artem Pozhar.</i>	
Cooperative as a social instrument of economic self-help	70
<i>Emmanuella Tracy Eyram Agbezuge, Anna Flehantova.</i>	
Current trends in international payment systems development	73
<i>Idoko Ilemona Ijeoma, Artem Pozhar.</i>	
Creation and evolution of the European Union	78
<i>Mohamed Sadok Ben Romdhane, Viktoriia Strilets.</i>	
Internal contradictions and problems of modern economic development of the EU	83
<i>Tendo Karen Ssemakula, Artem Pozhar.</i>	
The nature of transnational corporations basic stages of their evolution	86

РОЗВИТОК ВЗАЄМОВІДНОСИН УКРАЇНА – ЄС: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

*Д. І. Андрущенко, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
А. В. Артеменко, канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

Анотація. Досліджено шлях України щодо розбудови відносин з ЄС. Розглянуто сучасний стан взаємовідносин України з ЄС. Окреслено перспективи розвитку взаємовідносин та подальшої інтеграції України до Європейського Союзу.

Ключові слова: євроінтеграційні процеси, європейський економічний простір, Європейський Союз, статус кандидата на вступ до ЄС.

DEVELOPMENT OF UKRAINE-EU RELATIONS: CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Abstract. Ukraine's way of building relations with the EU has been studied. The current state of relations between Ukraine and the EU has been considered. The prospects for the development of mutual relations and further integration of Ukraine into the European Union are outlined.

Keywords: European integration processes, European economic space, the European Union, EU candidate status.

Постановка проблеми. Характерною рисою сучасного світового розвитку країн є активізація інтеграційних процесів у світі та Європі зокрема. Взагалі неможливо розглядати майбутнє України поза європейським та світовим розвитком, саме тому євроінтеграція та членство в Європейському Союзі є найголовнішою стратегічною метою нашої держави. Інтеграційні процеси самі по собі є складними процесами, саме тому необхідно зрозуміти, що отримає Україна від співпраці з ЄС, які проблеми виникнуть на шляху до членства в ЄС і які очікувані перспективи від співробітництва в сучасних умовах.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Європейська інтеграція і місце України в цьому процесі – надзвичайно актуальна проблематика в умовах сьогодення, якій присвячена низка праць вітчизняних учених. Зокрема, Б. Данилишин досліджував формування нової моделі розвитку економіки України [1], В. Устименко вивчав можливості та ризики асоціації України і ЄС [2], Ю. Сколотяний та А. Гальчинський проаналізували перспективи чинної моделі ЄС і напрями європейської інтеграції України [3].

Формулювання мети. Метою дослідження є аналіз перспектив, виявлення переваг та недоліків щодо співпраці та подальшої інтеграції України до Європейського Союзу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтеграція України до ЄС є доволі непростим питанням, адже вона відбувається досить тривалий період, хоча й зрозуміло, що цей процес не може проходити швидко.

Відносини між Україною та ЄС були започатковані ще в грудні 1991 року, коли ЄС офіційно визнав незалежність України. Політика України щодо розбудови відносин з ЄС впроваджується на основі Закону України від 1 липня 2010 року «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», в якому однією з основних засад зовнішньої політики є інтеграція України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в ЄС [6].

У 2022 р. розпочався новий етап у відносинах Києва і Брюсселя – Україна отримала статус кандидата на вступ до ЄС, який матеріалізував перспективи приєднання до євроспільноти, сприяв подальшим реформам, став стимулом для влади і громадян країни, позитивним сигналом для європейських і світових інвесторів.

Упродовж останніх років, а особливо з початком у 2014 році російської агресії проти України, ситуація та події навколо нашої держави займають одне з головних місць у рамках Спільної зовнішньої та безпекової політики ЄС. «Українське питання» регулярно знаходить відображення у заявах, резолюціях, висновках та інших документах інституцій і керівництва Європейського

Союзу. На сьогодні, в умовах зовнішньої агресії з боку РФ, Європейський Союз зайняв активну позицію на захист незалежності, суверенітету і територіальної цілісності України.

З підписанням у 2014 році Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у географічній структурі зовнішньої торгівлі України відбулися докорінні зрушення. До цього близько чверті вітчизняного експорту товарів спрямовувалось до країн ЄС, близько третини – на ринки країн СНД, решта – до інших країн світу. Протягом 2014–2021 років цей розподіл змінився у сторону суттєвого зниження частки країн СНД і поступового збільшення частки ЄС. Ще до повномасштабної агресії РФ Європейський Союз став найбільшим торговельним партнером України з питомою вагою торгівлі товарами майже 40 % від загального обсягу зовнішньої торгівлі України. Обсяги товарного обороту між Україною та ЄС зростали з 2015 року. Винятком став лише кризовий 2020 рік (рис. 1).

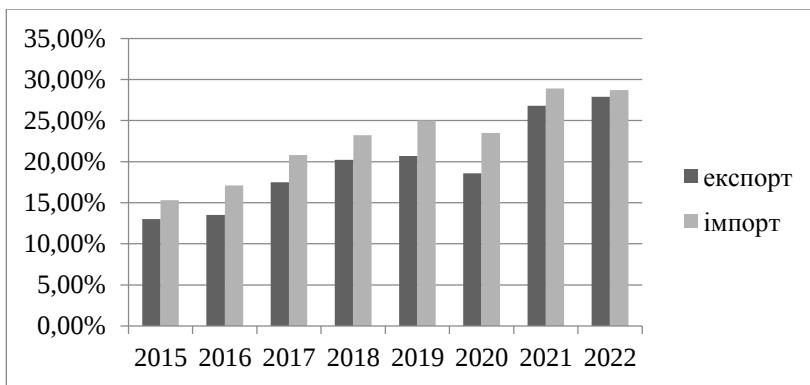


Рисунок 1 – Обсяги торгівлі між Україною та ЄС, 2015–2022 рр. [7]

У 2021 році обсяги експорту товарів до ЄС становили майже 26,8 млрд дол. США. Основу українського товарного експорту до ЄС становили продовольчі товари, метали та мінеральні продукти. За підсумками 2022 року експорт товарів з України до ЄС склав 27,9 млрд дол. США. Серед держав-членів ЄС найбільші

експортні потоки спрямовувалися до Польщі (6,6 млрд дол. США), Румунії (3,8 млрд дол. США), Угорщини (2,27 млрд дол. США), Німеччини (2,23 млрд дол. США), Італії (1,5 млрд дол. США) та Іспанії (1,5 млрд дол. США). Основним експортним товаром України у 2022 р. були зернові культури (табл. 1).

Таблиця 1 – Обсяги експорту товарів з України до ЄС, 2021–2022 рр., % [7]

Товари	2021 р.	2022 р.
Чорні метали	20,3	10,0
Руди, шлаки	11,2	8,5
Електричні машини	9,6	8,3
Енергетичні матеріали	–	3,3
Деревина і вироби з неї	5,4	5,8
Зернові культури	7,2	16,8
Олійні рослини	5,5	10,4
Жири та олії	8,8	11,0

Структура товарного імпорту з ЄС в Україну мала дещо інший характер. По-перше, вона є значно більш диверсифікованою, по-друге, в структурі імпорту переважає продукція машинобудування та хімічної галузі. У 2022 р. обсяг імпорту товарів з ЄС до України склав 27,0 млрд дол. США. Основними товарами, які імпортувалися стали енергетичні матеріали (табл. 2).

Таблиця 2 – Обсяги імпорту товарів з ЄС до України, 2021–2022 рр., % [7]

Товари	2021 р.	2022 р.
Реактори ядерні, котли, машини	13,3	7,1
Засоби наземного транспорту, крім залізничного	11,3	10,8
Енергетичні матеріали	11,0	24,0
Електричні машини	7,0	5,6
Фармацевтична продукція	7,0	4,8
Пластмаси, полімерні матеріали	6,2	5,0
Хімічна продукція	2,8	2,4

Після надання Україні статусу кандидата Євросоюз демонструє свою готовність тісніше інтегрувати Україну в структури ЄС, допомогти країні відновитися після війни та досягти високих критеріїв членства в ЄС [4]. По суті, статус кандидата для України суттєво підвищує рівень відповідальності ЄС за процеси в політичній, економічній, соціальній і гуманітарній сферах України, а також за досягнення Україною суттєвого поступу в цих сферах.

Вступ України до ЄС буде вагомим стимулом для зростання торгівлі, продовження реформування держави та виходу на якісно інший рівень розвитку нашої держави, оскільки головна перевага – вступ до ЄС – полягає у можливості виходу України на один рівень з провідними країнами Європи та прийняття її до об'єднання вільних, економічно-розвинутих держав.

Підтримка Євросоюзу стосується надзвичайно широкого кола сфер: макрофінансової стабільності, державного управління, розвитку громадянського суспільства, економіки, енергетики, захисту довкілля, регіонального розвитку, освіти тощо. Оскільки євроінтеграція має як переваги, так і ризики, Україні слід акцентувати увагу на позитивних сторонах цього процесу.

Загальні переваги:

- реформування недієздатного національного судочинства;
- антикорупційна політика;
- стимулювання зростання ВВП, збільшення робочих місць, підвищення рівня зарплат та пенсій;
- зниження цін на товари та підвищення якості цих товарів;
- зростання внутрішнього ринку та внутрішнього попиту;
- вільний рух робочої сили, товарів, послуг та капіталу;
- розширення можливостей для освіти;
- підвищення рівня соціального захисту;
- ефективний захист прав людини в інституціях ЄС.

Макроекономічні наслідки:

- зростання обсягу надходжень прямих іноземних інвестицій через підвищення рівня довіри до бізнесу;
- доступ до ринків третіх країн;
- підвищення ефективності транспортної логістики;
- енергетична безпека;

- зростання доступу до технологій, підвищення рівня іновативності у зв'язку з посилення рівня конкуренції;
- державна допомога ЄС, доступ до фінансових установ та фондів у межах ЄС [5].

Висновки. Отже, статус кандидата на вступ до ЄС зробить Україну повноправним членом програм та ініціатив Євросоюзу, відкритих як для країн союзу, так і країн зі статусом кандидата на членство. У новому статусі Україні буде доступна фінансова допомога ЄС призначена для країн, які готуються до вступу в ЄС, і надається у формі грантів, інвестицій та технічної допомоги.

Список використаних джерел

1. Данилишин Б. Яку економіку ми маємо будувати? URL: https://zn.ua/ukr/macrolevel/yaku-ekonomiku-mi-mayemo-buduvati-255559_.html (дата звернення 22.03.2023).
2. Устименко В. Угода про асоціацію з ЄС: можливості та ризики. URL: <https://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=3665> (дата звернення 22.03.2023).
3. Сколотяний Ю., Гальчинський А. Діюча модель ЄС відпрацювала свій конструктивний ресурс і потребує заміни. URL: https://zn.ua/ukr/macrolevel/anatoliy-galchinskiy-diyucha-model-yes-vidpracyuvala-sviy-konstruktivniy-resurs-i-potrebuye-zamini-265961_.html (дата звернення 22.03.2023).
4. Вступ України до ЄС: переваги для громадян та бізнесу : інформація із сайту ligazakon.net. URL: https://jurliga.ligazakon.net/analitics/211004_vstup-ukrani-do-s-perevagi-dlya-gromadyan-ta-bznesu (дата звернення 22.03.2023).
5. Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text> (дата звернення 22.03.2023).
6. Загальний огляд відносин Україна-ЄС : інформація з офіційного сайту представництва України при Європейському Союзі. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/zagalnij-oglyad-vidnosin-ukrayina-yes> (дата звернення 22.03.2023).
7. Бюлетень стану торговельних відносин між Україною та ЄС у 2022 році. Інформація офіційного веб-сайту Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=5db-05993-288d-4981-9f26-f0f6efe586e2&title=BiuletенStanuTorgo-velnikhVidnosinMizhUkrainoiuTasU2022-Rotsi> (дата звернення 28.03.2023).

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

Б. І. Бергман, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
В. Ю. Стрілець, д-р екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Досліджено сучасні тренди розвитку інтернет-торгівлі. Визначено переваги та недоліки застосування інтернет-торгівлі у міжнародних економічних відносинах. Розглянуто основні інструменти, що підвищують ефективність міжнародних економічних відносин в умовах глобалізації.

Ключові слова: інтернет-торгівля, електронна комерція, міжнародні економічні відносини, глобалізація.

DEVELOPMENT OF INTERNET TRADE AND ITS EFFICIENCY IN THE GLOBALIZATION OF INTERNATIONAL TRADE RELATIONS

Abstract. Modern trends in the development of Internet trade have been studied. The advantages and disadvantages of using Internet trade in international economic relations are determined. The main tools that increase the efficiency of international economic relations in the conditions of globalization are considered.

Keywords: Internet trade, electronic commerce, international economic relations, globalization.

Постановка проблеми. Розвиток інтернет-торгівлі, також відомої як електронна комерція, суттєво змінив міжнародні торгові відносини в епоху глобалізації. На ринках, що розвиваються, поширення та передача знань і технологій через кордони допомогла підвищити інновації та продуктивність навіть у останній період слабкого глобального зростання продуктивності. З розвитком технологій компанії тепер можуть здійснювати транзакції та охоплювати клієнтів у всьому світі через онлайн-платформи. Тому дослідження розвитку інтернет-торгів-

лі та її ефективності в умовах глобалізації набуває особливої актуальності.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питання розвитку інформатизації та інтернет-торгівлі у міжнародних економічних відносинах, формування електронної комерції розглядаються в роботах українських та зарубіжних вчених. Так, Тертичний Я. С. акцентує свою увагу на детермінантах розвитку електронної комерції в умовах глобальної дигіталізації [4]; Козицька В. Г. досліджує розвиток міжнародної електронної торгівлі в умовах діджиталізації [1]; Терещенко Е. Ю. аналізує розвиток інтернет-торгівлі в умовах сучасного бізнес-середовища [2]; Педченко Н. С., Стрілець В. Ю. та Франко Л. С. акцентують на важливості державної підтримки інтернет-торгівлі як альтернативної форми ведення підприємництва [2]; Мельцер Дж. визначає необхідність та можливості підтримки Інтернету як платформи для міжнародної торгівлі для малих і середніх підприємств і країн, що розвиваються [5]. Попри значний обсяг наукових праць у цій галузі, які були опубліковані вітчизняними та зарубіжними вченими, розвиток електронної комерції в умовах глобальної диджиталізації залишається актуальним питанням, яке потребує додаткового дослідження, що обґрунтовує вибір теми дослідження.

Формулювання мети. Метою дослідження є формування теоретичних засад розвитку інтернет-торгівлі та її ефективності в умовах глобалізації міжнародних торговельних відносин.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі понад 2,3 мільярда людей мають доступ до Інтернету, і очікується, що до 2025 року ця цифра зросте до 5 мільярдів [5]. Зростаюче глобальне охоплення Інтернету надає підприємствам і споживачам нові можливості для участі в міжнародній торгівлі. Інтернет створив нові бізнес-моделі, які об'єднують користувачів і інформацію, і став основою для розвитку багатьох найбільш інноваційних компаній світу. Сайти соціальних мереж, такі як Facebook і Twitter, розміщують створений користувачами вміст і сприяють соціальним і комерційним зв'язкам. Такі компанії, як Amazon, Apple і eBay, успішно використали Інтернет для створення комерційних платформ і платформ мобільних

додатків, які об'єднують покупців і продавців у Сполучених Штатах і в усьому світі. Крім того, що ці компанії є власним бізнесом, вони створюють нові платформи для бізнесу в інших секторах економіки. У результаті сектори охорони здоров'я, освіти, виробництва та фінансових послуг використовують Інтернет для зниження витрат, ефективнішого й ефективнішого надання продуктів і послуг, а також для створення нових можливостей для бізнесу.

Ефективність інтернет-торгівлі полягає в її здатності підвищувати швидкість, зручність і доступність міжнародної торгівлі. Це дозволило компаніям охопити ширшу аудиторію, отримати доступ до нових ринків і продавати продукти та послуги по всьому світу, незалежно від географічних кордонів. Такі платформи електронної комерції, як Amazon, Alibaba та eBay, зробили революцію в міжнародній торгівлі, об'єднавши покупців і продавців з різних куточків світу.

Крім того, інтернет-торгівля дозволила підприємствам скоротити витрати, пов'язані з традиційною торгівлею, такі як транспортні витрати, орендна плата та витрати на робочу силу. Онлайн-транзакції є швидшими та ефективнішими, що підвищує продуктивність і прибутковість. Цифровізація торгівлі також дозволила підприємствам автоматизувати процеси, включаючи управління запасами, обробку замовлень і платежі, що призвело до підвищення ефективності та точності.

Інтернет-торгівля стала дуже популярною індустрією в останні десятиліття, зокрема в міжнародних економічних відносинах. Основними інструментами інтернет-торгівлі, які використовуються у міжнародних економічних відносинах, є наступні:

- ✓ Електронні комерційні платформи: такі як Amazon, eBay, Alibaba, Etsy та інші, дозволяють компаніям з усього світу продавати свої товари та послуги.

- ✓ Електронні платіжні системи: такі як PayPal, Stripe, Skrill, TransferWise та інші, дозволяють виконувати оплати за товари та послуги, а також здійснювати грошові перекази.

- ✓ Електронні торгові майданчики: такі як Alibaba, Global Sources, ThomasNet, та інші, дозволяють бізнесам з усього світу знаходити постачальників та партнерів у інших країнах.

✓ Електронні маркетингові інструменти: такі як соціальні мережі, контекстна реклама, електронна розсилка та інші, дозволяють бізнесам просувати свої товари та послуги на міжнародному ринку.

✓ Інтернет-портали для міжнародного бізнесу: такі як Alibaba, Global Sources, TradeKey та інші, надають корисні інформаційні ресурси та інструменти для підтримки міжнародної торгівлі.

✓ Електронна логістика: такі як FedEx, UPS, DHL, та інші, дозволяють компаніям швидко та ефективно доставляти свої товари в усі куточки світу.

✓ Перекладачі та інструменти для міжнародного спілкування: такі як Google Translate, Skype, Zoom, Slack та інші, дозволяють бізнесам спілкуватися з партнерами з усього світу.

Однак інтернет-торгівля також поставила кілька проблем для компаній, що працюють на глобальному ринку. Наприклад, є занепокоєння щодо безпеки онлайн-транзакцій, прав інтелектуальної власності та нормативного середовища. Відсутність єдиної правової бази для електронної комерції в різних країнах також створює проблеми для бізнесу.

Висновки. Підсумовуючи, розвиток інтернет-торгівлі змінив міжнародні торговельні відносини, надаючи підприємствам ефективні та економічно вигідні засоби проведення операцій у всьому світі. Однак компаніям необхідно адаптуватися до мінливого середовища, вирішуючи виклики, пов'язані з електронною комерцією, і впроваджуючи відповідні заходи для забезпечення безпеки, відповідності та сталості на цифровому ринку.

Список використаних джерел

1. Козицька В. Г. Розвиток міжнародної електронної торгівлі в умовах діджиталізації. Економічний вісник. 2021. № 2. С. 105–114.
2. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю., Франко Л. С. Міжнародний досвід державної підтримки діджиталізації малого та середнього підприємства : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2022. 141 с.
3. Терещенко Е. Ю. Розвиток інтернет-торгівлі в умовах сучасного бізнес-середовища. Ефективна економіка. 2019. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/55.pdf (дата звернення 28.03.2023).

4. Тертичний Я. С. Детермінанти розвитку електронної комерції в умовах глобальної дигіталізації : дис. ... к. е. н. спеціальності 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. Вінниця, 2021. 241 с.
5. Meltzer J. Supporting the internet as a platform for international trade: opportunities for small and medium-sized enterprises and developing countries. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2400578 (дата звернення: 26.03.2023).

НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК

***Д. І. Вельшинський**, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти*

***А. А. Пожар**, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

Анотація. Науково-технологічний прогрес і його вплив на економіку стали одними з основних тем сучасної економічної думки. Ця стаття досліджує науково-технологічні фактори, які впливають на економічну діяльність транснаціональних корпорацій. Дослідження показують, що ТНК, які інвестують у науково-технологічні дослідження та розробки, мають конкурентну перевагу на ринку, зокрема завдяки створенню нових продуктів та послуг, поліпшенню виробничих процесів та зниженню витрат. Загалом, стаття демонструє, що науково-технологічний розвиток є ключовим фактором, який визначає конкурентоспроможність та стабільність ТНК в глобальній економіці.

Ключові слова: транснаціональні корпорації; інновації; інноваційна діяльність; глобальний ринок інновацій; НДДКР; інвестиції.

SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL FACTORS OF TNC ECONOMIC ACTIVITY

Abstract. Scientific and technological progress and its impact on the economy have become one of the main topics of modern economic thought. This article explores the scientific and technological factors that affect the economic activity of transnational corporations

(TNCs). Research shows that TNCs that invest in scientific and technological research and development have a competitive advantage in the market, particularly through the creation of new products and services, improvement of production processes, and cost reduction. Overall, the article demonstrates that scientific and technological development is a key factor that determines the competitiveness and stability of TNCs in the global economy.

Keywords. Transnational corporations; innovations; innovative activity; global market for innovations; R&D; investments.

Постановка проблеми. У зв'язку з глобалізацією, науково-технологічні фактори та загалом інноваційність стали важливими факторами, що визначають міжнародну конкурентоспроможність підприємств, включаючи транснаціональні корпорації (ТНК), які складають значну частину світової економіки. Незважаючи на їх присутність у традиційних секторах протягом багатьох років, ТНК скористалися поточною технологічною революцією, використовуючи проривні інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) та інші нові технології, такі як передові матеріали і біотехнології, щоб розробляти нові або оновлені продукти, процеси виробництва та бізнес-інфраструктуру. Ці компанії також впроваджували інноваційні методи організації та коригували свої стратегії зовнішньої експансії. ТНК також модифікували свої міжнародні практики щодо управління науково-технологічною діяльністю, щоб покращити свою продуктивність та сприяти створенню стійких конкурентних переваг.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Науковці, які проводили дослідження в галузі науково-технологічного розвитку транснаціональних корпорацій (ТНК), включають у свої дослідження різні аспекти цієї теми. Серед найбільш відомих дослідників можна виділити наступних: Барроу К., Доусон Д., Жуковський В., Форід Б., Герштейн Ш., Каплан Д., Ковальчук І., Коновалов В., Левітин А., Лисенко Ю., Мендельсон Р., Нельсон Р., Середа О., Форід Б., Шумпетер Й. Ці вчені та їх дослідження мають значний вплив на розвиток теорії та практики науково-технологічного розвитку ТНК, а також на розуміння взаємозв'язку між економічним розвитком та науково-технологічними інноваціями.

Формулювання мети. Метою статті є вивчення особливостей науково-технічного розвитку транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації. Особливе значення приділяється впливу транснаціональних корпорацій на інноваційний розвиток країн.

Виклад основного матеріалу дослідження. У більшості випадків ТНК впливають на економічний стан країни, оскільки вони мають значну частку капіталу на світових фінансових ринках, який має свободу пересування. Крім того, багато ринків сировинних товарів мають олігопольну структуру, де декілька транснаціональних гігантів контролюють ринок. Хоча це може призвести до негативних наслідків, таких як трансфертне ціноутворення та монополістичні ціни, при правильному регулюванні бізнесу концентрація капіталу може сприяти інноваційному розвитку країни. Крім того, компанії, що виробляють конкурентоздатні товари на світовому ринку, можуть допомогти зміцнити зовнішньоторговельні позиції країни. ТНК також мають доступ до науково-технічного розвитку та інноваційного потенціалу розвинених країн, що дає їм можливість брати участь у міжнародному обміні технологіями та науковими знаннями, а також впливати на структурні зсуви в світовому господарстві.

Передача знань і технологій між транснаціональними корпораціями може відбуватися різними способами, залежно від галузі їх діяльності. ТНК у сфері послуг можуть мати інновації як у вигляді обладнання, так і у вигляді «м'яких» елементів, таких як досвід, навички, інформація та принципи управління. Якщо виникає потреба в передачі технологій, ТНК докладуть всіх зусиль, щоб цього уникнути, оскільки від цього залежить їх конкурентоспроможність та потенціал росту. ТНК також є головними розробниками норм та правового забезпечення в галузі захисту інтелектуальної власності.

Однак можливості передачі технологій обмежені через культурні та соціально-економічні особливості суспільства. Більша частина товарів, пов'язаних з високими технологіями, не можуть бути реалізовані на ринках нерозвинених країн, де більша частина населення не має освіти, а трудові ресурси некваліфіковані. Для адаптації товарів до умов нерозвинених країн, корпо-

раціям потрібно нести додаткові витрати, що для них неприйнятно.

Значення змін в інноваційній діяльності виходить за межі просто ТНК і має наслідки для багатьох інших компаній, які взаємодіють з ними по всьому світу, чи то через конкуренцію, чи через співпрацю. Як результат, це також впливає на країни, які є господарями дослідницьких центрів ТНК та іноземних підрозділів, оскільки вони отримують доступ до їх ресурсів, розширюють свою міжнародну виробництва та встановлюють зв'язки з місцевими компаніями.

Транснаціональні корпорації є основними генераторами наукових розробок завдяки доступності фінансування та грошових ресурсів. Вони можуть охоплювати міжнародний ринок науково-технічних кадрів та застосовувати технологічні знання в глобальному масштабі. Стратегічні союзи між корпораціями також служать інструментом розподілу роботи всередині галузі та розподілу високих дослідницьких витрат.

Висновки. Науково-технологічні фактори є важливими складовими економічної діяльності транснаціональних корпорацій. У статті розглянуто основні науково-технологічні фактори, які впливають на діяльність ТНК, такі як інновації, науково-технічний прогрес, знання та інтелектуальна власність. Інновації та розробка нових технологій дозволяють ТНК відкривати нові ринки, збільшувати продуктивність та підвищувати якість своїх товарів та послуг. Науково-технічний прогрес також забезпечує зниження витрат на виробництво та підвищення ефективності управління.

Високі технології та інтелектуальна власність, які забезпечують конкурентні переваги, можуть стати причиною зростання нерівності між країнами та компаніями. Тому, необхідно розвивати міжнародну співпрацю та забезпечувати доступ до новітніх технологій та знань для всіх країн та суб'єктів господарювання.

Отже, можна зробити висновок, що науково-технологічні фактори є важливими для економічної діяльності ТНК, але їх використання повинно бути збалансованим та спрямованим на досягнення не тільки комерційних цілей, а й соціально-еконо-

мічного розвитку. Розвиток науково-технологічних інновацій має великий потенціал для поліпшення якості життя та створення більш стійкого, екологічно чистого та ефективного виробництва. У зв'язку з цим, важливо, щоб держави та міжнародні організації сприяли розвитку науково-технологічних інновацій, забезпечили належний рівень фінансування досліджень та розробок, а також здійснювали політику інноваційного розвитку, спрямовану на створення відкритого, інклюзивного та стійкого інноваційного середовища.

Крім того, необхідно підтримувати інтелектуальну власність та забезпечувати її захист, щоб сприяти стимулюванню інновацій та розвитку науково-технологічного прогресу. Також, важливо розвивати міжнародну співпрацю та обмін знаннями та технологіями між державами та компаніями, щоб забезпечити рівномірний доступ до науково-технологічних досягнень та підтримати економічний розвиток усіх країн.

Таким чином, науково-технологічні фактори є важливими для економічної діяльності ТНК та мають великий потенціал для соціально-економічного розвитку. Однак, їх використання має бути збалансованим та спрямованим на досягнення не тільки комерційних цілей, а й соціально-економічного розвитку та підвищення якості життя.

Список використаних джерел

1. Ляшенко О. М., Бойко З. М. Підхід до дослідження впливу структури галузевого ринку на інноваційну активність підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2020. № 4. С. 17–24.
2. Побоченко Л. М. Оцінка інноваційних позицій ТНК розвинених країн світу. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. 2019. № 4. С. 91–103.
3. Чуйко О. Науково-теоретичні основи інновацій та інноваційного процесу: сутність, види, еволюція. Економіка. 2019. № 2. С. 7–13.
4. Durst S., Edvardsson I. R. Entrepreneurial orientation in MNE subsidiaries: A meta-analysis. International Business Review, 2019. № 28(3), P. 428–441.

5. Duysters G., Vanhaverbeke W., Visscher K. The role of alliances in firm internationalization: A review and research agenda. *Journal of International Management*, 2017. № 23(3), P. 257–269.
6. Shin D. H., Lee Y. G. Technological catch-up and leapfrogging in emerging economies: Evidence from Korean multinational corporations. *Journal of Business Research*, 2021. № 130, P. 376–387.

ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ

А. С. Ворона, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

В. І. Клименко, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Стаття присвячена дослідженню проблем експортно-імпортних операцій в умовах війни, зміни країн-лідерів, з якими реалізовувались торгово-економічні відносини України та відстежується зміна у категоризації товарів. Автор підкреслює необхідність зміни підходів до розвитку експорту, зокрема, підтримка малих та середніх підприємств.

Ключові слова: експорт, імпорт, категорії товарів, країни-лідери, війна.

EXPORT-IMPORT ACTIVITIES OF UKRAINIAN ENTERPRISES: PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Abstract. The article is devoted to the study of the problems of export-import operations in war conditions, changes in the leading countries with which trade and economic relations were implemented, and a change in the categorization of goods is monitored. The author emphasizes the need to change approaches to the development of exports, in particular, support for small and medium-sized enterprises.

Keywords: export, import, product categories, leading countries, war.

Постановка проблеми. Міжнародна торгівля України обвалилася з початком російського вторгнення, а проблеми з логісти-

кою стали ключовим викликом для більшості компаній – як експортерів, так і імпортерів. Бізнесу довелося оперативнo перебудовувати процеси, щоб забезпечити закупівлю товару, сировини або комплектуючих або, навпаки, поставки власної продукції за кордон. В умовах окупації та блокування українським морських портів, припинення авіасполучення, а також розриву торгівельних відносин з агресорами (РФ і Білоруссю) основним порталом у світ став західний кордон України. Ці проблеми заважають розвитку експортно-імпортної діяльності українського бізнесу та обмежують його здатність конкурувати з іноземними підприємствами.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Особливостями здійснення та розвитку експортно-імпортної діяльності підприємства займаються зарубіжні та вітчизняні вчені, серед яких О. А. Кириченко, Т. І. Лепейко, Т. В. Миролюбова, В. С. Пономаренко, І. А. Піддубний, В. Д. Рогожин, Л. Є. Стрівський та ін. У роботах даних авторів розглядаються різні проблеми, пов'язані з формуванням системи факторів, що впливають на ефективність ЗЕД та її управління. Однак питання, пов'язане з механізмами розвитку експортно-імпортної діяльності підприємств залишаються дискусійним, що і зумовлює актуальність обраної теми.

Метою даного дослідження є визначення проблем та перспектив розвитку експортно-імпортної діяльності українських підприємств в умовах сьогоденних викликів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Російсько-українська війна суттєво вплинула на економічний стан нашої країни, її зовнішньоекономічну діяльність зокрема. Експортно-імпортні операції України в поточному році зазнали кардинальних змін [1].

У 2022 році сумарний експорт товарів становив 36,9 млрд дол (67,7 % відносно січня-жовтня 2021 р.), тобто відбулося його скорочення майже на третину.

Очевидно, що за рік експорт між Україною та іншими країнами зазнав суттєвих змін. Так, на перше місце за обсягом експорту з України за 10 місяців 2022 р. вийшла братня Польща (понад 5,6 млрд доларів або 15,4 %). Китай, який був спожива-

чем українських товарів № 1 у 2021 році, за час війни опустився на 4-ту сходинку в ренкінгу топ-експортерів. Його частка в загальному експорті України знизилася вдвічі – з 11,8 % до 5,3 %.

Скоротилися частки в «експортному пирозі» і таких традиційних споживачів всього українського як Італія, Індія, Єгипет. Логічно, що відбувся і обвал офіційних постачань України в рф, як країну-агресора – з 5 % до 1,3 %. Відтак країна-терорист з'їхала з № 5 в ренкінгу географічних напрямків експорту до № 20 (рис. 1).

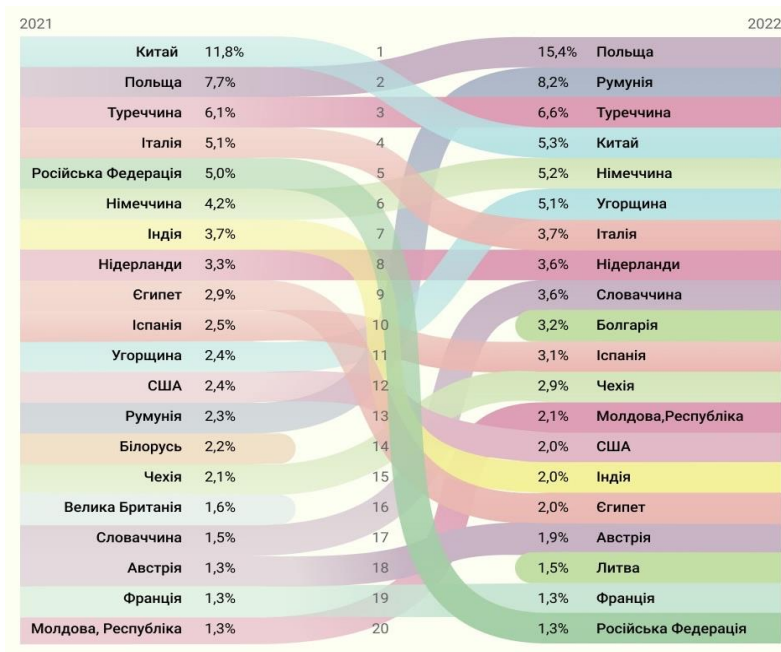


Рисунок 1 – Зміна лідерів експорту з України, 10 місяців 2022 р.

Водночас істотно збільшилась частка постачання українського експорту до таких країн як Румунія, Угорщина, Словаччина, Болгарія та Молдова, які є географічно близькими сусідами. Транспортування вітчизняної продукції туди відбувається назем-

ними магістралями на західному напрямку з відносно благополучних прикордонних регіонів Закарпаття, Буковини.

Достатньо великими покупцями українських товарів лишаються Туреччина, Німеччина, Нідерланди, Іспанія, Чехія.

Українці під час війни найбільше заробили від продажу аграрної продукції: кукурудзи та соняшникової олії – ті товарні групи, які займають 1 і 2 місця в ренкінгу експорту з 12,9 % (4,7 млрд дол.) та 12,1 % (4,4 млрд дол.) частками відповідно. На третьому місці знаходиться залізна руда та концентрати з 7,5 % (2,7 млрд дол.). Далі за обсягами експортних поставок йде продукція АПК: пшениця і насіння ріпаку. № 6 – кабелі та ізольовані проводи, № 7 – напівфабрикати з вуглецевої сталі. Загалом, основними джерелами експортної валютного виторгу як і в попередні роки лишається продукція сільського господарства і суттєво «просівшою» металургії. Фрагментарними вкрапленнями з інших секторів в топ 20-ці експортних позицій залишаються вищезазначені електрокабелі, а також, як не парадоксально, електроенергія, електронагрівальне обладнання, лісоматеріали та меблі.

За 10 місяців 2022 року сумарний імпорт товарів склав близько 44 млрд дол. (76,8 % порівняно з аналогічним періодом минулого року). Падіння імпорту було не таким суттєвим як експорту, оскільки обсяги купівлі закордонних товарів українцями скоротилися менше ніж на четвертину від довоєнного рівня, тоді як продажі за кордон впали на 1/3.

Незмінним лідером за обсягом імпорту залишився Китай, з показником у 15 % (або 6,5 млрд) замість 15,1 %. Другу сходинку посіла Польща – 9,9 % (майже 4,4 млрд дол). В 2021 році Польща займала четверту сходинку з часткою у 6,8 % (4,4 млрд дол). У 2022 році Німеччина закріпила і незмінно посіла 3-тю сходинку, з майже незмінним показником у 8,3 %, що складає 3,6 млрд дол.

3 7-ї позиції в 2021 році на 4-ту піднялась Туреччина з показником в 5,2 % (або 2,3 млрд дол). П'ятірку лідерів замикає США, замінивши країну-союзницю росії білорусь з показником у 4,2 % (1,8 млрд дол). Сама ж білорусь змістилась на 9 сходинку з показником 3,2 %.

Загалом, загальна сума імпорту за 2022 рік склала трохи більше за 44 млрд дол. порівняно з сумою у 73,2 млрд у 2021 році. Незмінним залишився імпорт з Італії, Словаччини та Нідерландів. Спостерігаємо зростання торгового партнерства з Польщею, Туреччиною, США, Чехією та Індією.

Загалом, за 2022 рік найбільше було завезено товарів з категорії нафта та нафтопродукти – їх частка складає 15,6 %, а це трохи більше, ніж 6,8 млрд дол. Другу сходинку посіла категорія автомобілі легкові та інші моторні засоби – 5,8 % (2,5 млрд дол), замінивши категорію газу нафтові у 2021 році. Натомість частка у категорії газу нафтові складає 4,1 % (1,8 млрд дол). Четверту сходинку посідає категорія товарів «інше», яка піднялась зі 107 місця у 2021 році: 3,7 % (1,6 млрд дол). Це можна пояснити прямим впливом повномасштабного вторгнення, адже до категорії інші товари відносяться: дипломатичний вантаж, міжнародні експрес-відправлення, консолідований вантаж та гуманітарна допомога.

У підсумку варто зазначити, що у 2022 р. очевидною стала тенденція зміни країн-лідерів, з якими реалізовувались торгово-економічні відносини України. Також, чітко відстежується зміна у категоризації товарів, адже у 2022 році значно зросла потреба в отриманні гуманітарного вантажу, технічного спорядження та товарів, які допомагатимуть у реалізації сільськогосподарських планів, задля забезпечення діяльності держави.

Висновки. Підсумовуючи сказане вище, імпорт і експорт Україна проходить через дуже великі зміни і корегування для втримання економіки країни на плаву. Щоб не припустити зупинки економіки України необхідно намагатися створювати умови для розвитку малого та середнього підприємництва, налагоджувати ефективну комунікацію та тісні зв'язки з західними партнерами.

Список використаних джерел

1. Імпорт та експорт України: вплив війни. URL: https://youcontrol.com.ua/data-research/import-ta-eksport-ukrayiny/?fbclid=IwAR21_WOp_EDDW3JwLkmV8OXNJJeD4riCBy3NtZJ_gDKiOE8v7Gx3o1B-Fg (дата звернення 28.03.2023).
2. Офіційний сайт Державної митної служби. URL: <https://customs.gov.ua/> (дата звернення 28.03.2023).

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ ЯК РУШІЙНІ СИЛИ ПРОЦЕСУ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ APPLE INC.)

С. В. Дубравська, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
А. В. Артеменко, канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Досліджено діяльність транснаціональних корпорацій як рушійних сил процесу економічної глобалізації. Надано коротку характеристику Apple Inc. Розглянуто перспективи діяльності ТНК в Україні.

Ключові слова: транснаціональна корпорація, глобалізація, інтернаціоналізація, науково-технічний розвиток, глобальна економічна система.

MULTINATIONAL CORPORATIONS AS THE DRIVING FORCES OF ECONOMIC GLOBALIZATION (THE CASE STUDY APPLE INC.)

Abstract. The activity of multinational corporations as driving forces of economic globalization is studied. A brief description of Apple Inc., its innovation and investment activities is given. Prospects of MNCs activity in Ukraine are considered.

Keywords: multinational corporation, globalization, internationalization, scientific and technical development, global economic system.

Постановка проблеми. Головним фактором, що впливає на розвиток світового господарства, а також посилення інтеграційних тенденцій є становлення і розвиток транснаціональних корпорацій (ТНК).

У процесі розвитку світової економіки відбувається її постійна перебудова та з'являються нові галузі. Всі інновації знаходяться під контролем ТНК. Враховуючи, що їхні дочірні компанії розміщені в різних країнах світу, вони мають доступ до

найсучасніших матеріальних ресурсів, мають можливість закупити найдешевшу сировину та найкращі компоненти виробництва. Питання функціонування ТНК на території України має вагоме значення, адже корпорації є важливим фактором для залучення іноземних інвестицій.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням транснаціональних корпорацій займався ряд провідних науковців. М. Портер досліджував специфічні характеристики країни базування корпорацій та вплив на їхню міжнародну результативність [1]. Враховуючи, що масштаби ТНК постійно збільшуються, ростуть їх грошові обороти, вплив на економічну глобалізацію зростає, потрібно продовжувати досліджувати питання ТНК як рушійних сил процесу економічної глобалізації. В Україні було розглянуто вплив транснаціональних корпорацій на економіку С. Мащенко та Р. Алієвим [9].

Формулювання мети. Метою статті є аналіз діяльності транснаціональних корпорацій, як рушійних сил процесу економічної глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з ЮНКТАД, транснаціональні корпорації – це підприємство, яке об'єднує юридичні особи будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності в двох і більше країнах і здійснює проведення зв'язаної політики і загальної стратегії через один і більше центрів прийняття рішень [2]. На сьогоднішній день у світі немає жодного економічного процесу в якому не задіяні дані корпорації. ТНК можна впевнено назвати найголовнішим чинником процесу економічної глобалізації, адже вони мають дочірні компанії в різних країнах і таким чином впливають на економіку не лише країни базування, а й всього світу. Через те, що ТНК мають суттєвий вплив на економіку країни в якій розміщені, вони також можуть впливати на державні податкові рішення. Враховуючи, що за всі роки створення сучасної системи економіки кількість даних компаній лише збільшується, відповідно зростає і їх вплив на світову економіку. Транснаціональні корпорації сприяють руху товарів та послуг між державами, що також впливає на розвиток економічної світової системи [2].

У наш час ТНК все більше розвиваються в сфері інновацій, які мають важливе значення для зростання рівня економіки. Враховуючи величезні фінансові ресурси корпорації мають можливість проводити власні дослідження, визначати потреби споживачів і бути краще зорієнтованими на них. Проте, досить часто, це призводить до банкрутства місцевих підприємств, які не мають можливості створювати конкурентоспроможну продукцію. ТНК завжди стійкіші за звичайні компанії, вони витримують найбільші економічні кризи. Транснаціональні корпорації посилюють процес інтернаціоналізації всієї світової економіки, а також роблять величезний внесок в науково-технічний розвиток країн. В технологіях корпорації виступають стандартом міжнародного рівня. Завдяки роботі ТНК утворюються стійкі економічні зв'язки між державами, а це, в свою чергу, формує єдине світове господарство, в якому і створюється єдина глобальна економічна система.

Компанія Apple Inc. в 2022 році стала першою компанією у світі, що досягла ринкової капіталізації у 3 трлн дол. США [3]. Цього ж року дохід компанії становив 394,3 млрд дол. США. В свою чергу, корпорація Microsoft отримала дохід у розмірі 204 млрд дол. США, а Google – 282,8 млрд дол. США [5].

Незалежна аналітична та консалтингова компанія Omdia, в 2022 році провела власне дослідження, в якому виявила, що Apple Inc. займала 19 % від усього ринку мобільних пристроїв, кількість проданих гаджетів досягла 231 млн шт., але це виявилось лише другим результатом, адже компанія Samsung охоплювала 21 % цього ринку, з обсягами продажів близько 259 млн пристроїв [5].

Компанія World Brand Lab щороку складає рейтинг найвпливовіших світових брендів, так в 2022 році Apple Inc. посіла перше місце, яке компанія стабільно займає з 2016 року [4]. Того ж року, Brand Finance Global 500 склали рейтинг найдорожчих торгових марок у світі, Apple Inc. також отримала перше місце [6].

Для того щоб оцінити вплив корпорації Apple Inc. на світову економіку, порівняємо її чистий прибуток та ВВП України. У

2021 р. ВВП України становило 200,09 млрд дол. США [8], а Apple Inc. – продала власну продукцію на 365,82 млрд дол. США [7]. Враховуючи популярність гаджетів та величину грошових оборотів компанії, можемо зробити висновок, що Apple Inc. має значний вплив на світову економічну систему.

Щодо України, найбільш перспективною для транснаціональних корпорацій є переробна промисловість, адже вона має значні запаси сировини: сірка, уран, марганцева та залізна руда, ртуть та інші [9]. Також держава має обладнання для їх видобутку та дешеву робочу силу. Діяльність ТНК на території України має позитивні наслідки, серед яких:

- залучення іноземних інвестицій;
- можливість використовувати;
- новітні технології корпорацій;
- отримання досвіду ведення бізнесу;
- наповнення ринку товарами;
- підвищення кваліфікації працівників.

Серед негативних слід виділити наступні:

- ТНК більш конкурентоспроможні за національних виробників;
- ТНК диктують свої правила на ринку перед державою;
- ТНК можуть використовувати шкідливе виробництво на території України.

Висновки. Аналізуючи світові економічні тенденції, можемо відзначити, що транснаціональні корпорації є головною рушійною силою економічної глобалізації. Більшість країн позитивно відносяться до розташування дочірніх компаній ТНК на їх території, адже це збільшує національний дохід країни, відкриває нові робочі місця і створює привабливе середовище для інвестицій від інших держав. Врахувавши деталі діяльності ТНК у світі та аналізуючи їх вплив, можна сказати що в майбутньому ТНК стануть головними світовими лідерами в усіх сферах.

Список використаних джерел

1. Porter M. The Competitive Advantage of Nations. URL: <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations> (дата звернення: 29.03.2023 р.).

2. Марченко Т. Транснаціональні корпорації. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/4719> (дата звернення: 29.03.2023 р.).
3. Apple стала першою в світі компанією з капіталізацією в 3 трильйони дол. США. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/01/4/681163/> (дата звернення: 29.03.2023 р.).
4. Apple очолила рейтинг найвпливовіших брендів у світі URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/01/4/681163/> (дата звернення: 29.03.2023 р.).
5. Історія iPhone, як історія успіху Apple. URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/istoria-iPhone> (дата звернення: 29.03.2023 р.).
6. Найдорожчі бренди світу 2022 року. URL: <https://tinyurl.com/mryzumu5> (дата звернення: 29.03.2023 р.).
7. Сільки Apple заробляє на iPhone: компанія оприлюднила фінансовий звіт. URL: <https://glavcom.ua/techno/devices/skilki-apple-zaroblyaje-na-iphone-kompaniya-oprilyudnila-finansoviy-zvit-794917.html> (дата звернення 29.09.2023р.).
8. Валовий внутрішній продукт URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/2021/> (дата звернення: 29.03.2023 р.).
9. Машенко С. О., Алієв Р. А. Проблеми та перспективи діяльності ТНК на території України. Економічний простір. 2018, № 136. С. 47–52.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Д. М. Кожевніков, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
В. І. Клименко, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Розглянуто зміни у сфері міжнародного туризму. Виокремлено чинники, під впливом яких відбуваються зміни в його структурі, ступінь впливу туристичної сфери на зміцнення економічного потенціалу країни. Розглянуто основні проблеми і тенденції розвитку міжнародного туризму.

Ключові слова: міжнародний туризм, ринок туристичних послуг, туристичний бізнес.

CURRENT PROBLEMS OF TOURIST SERVICES INTERNATIONAL MARKET DEVELOPMENT

Abstract. Changes in the sphere of international tourism are considered. The factors under the influence of which changes in its structure occur, the degree of influence of the tourism sphere on strengthening the economic potential of the country are singled out. The main problems and trends in the development of international tourism are considered.

Keywords: international tourism, market of tourist services, tourist business.

Постановка проблеми. Сфера міжнародних туристичних послуг набуває на даному етапі поступового розвитку, це, в свою чергу, активно сприяє соціально-економічному зростанню багатьох країн та регіонів світу. Ці тренди суттєво впливають на становлення туристичної галузі господарства країн світу. Разом із розвитком туристичного бізнесу, суттєвий підйом також спостерігається і в тих галузях економіки, що забезпечують становлення інфраструктури міжнародного туризму. В одних країнах світу туризм став важливим джерелом доходів бюджету, в інших – провідною галуззю економіки. Це і обумовлює необхідність й актуальність досліджень проблем розвитку міжнародного туризму.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Сучасним трендам міжнародного туризму присвячені роботи чисельних зарубіжних дослідників, наприклад: І. Ательджевич, Д. Кестер, С. Мілн, М. Ризи. Сучасний стан світового туризму отримав висвітлення і в роботах українських авторів, а саме: В. А. Ганський, Н. А. Гук, О. О. Любіцева, І. О. Темник, С. А. Чернецька та ін.

Формулювання мети. Метою дослідження є: на основі аналізу визначити роль міжнародного туризму у системі світового господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на слабе економічне зростання в багатьох країнах, макроекономічну напруженість і високий рівень безробіття, протягом останніх років функціонування ринку міжнародного туризму вдалося збе-

регти його відносну стабільність розвитку. Так, наприклад, прогноз зростання туристських вояжів за 2022 р. складав приблизно 4 %, і це незважаючи на те, що темпи зростання економіки уповільнилися, знизилися показники зовнішньоекономічних операцій багатьох країн [2]. Туризм, як і раніше, залишається однією з важливих галузей, що підтримують економіку й зайнятість у багатьох країнах. На сьогодні сфера туризму розвивається, спостерігається її зростання у загальному обсязі світового валового внутрішнього продукту (ВВП). Причому за темпами зростання туризм випереджає галузі виробництва та фінансових послуг. Більше того, за рахунок туристичної діяльності у світі, зокрема тільки в 2021 р., було створено понад 4 млн нових робочих місць. Внесок туристичної галузі у світовий ВВП протягом останніх 10 років підвищився на 39 % [1]. Тенденція до зростання пояснюється, насамперед, посиленням економік країн, що розвиваються. Саме до цих країн значно збільшився потік туристів. Видова структура туризму натеper практично не змінилася. За сумою витрат, як і раніше, переважають подорожі з метою відпочинку (68 %). Сукупність витрат на подорожі усередині країн вища (71 %), ніж на подорожі за кордон (29 %). За звітними даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), лише за 2021 р. кількість туристських вояжів збільшилася на 5 % у порівнянні з попереднім періодом. Цей показник перевищив дані прогнозу вдвічі, склавши майже 500 млн чол., що на 25 млн чол. більше від прогнозу. При цьому основний темп зростання припадав на країни, що розвиваються – 6 %, а на розвинуті країни – тільки 4 % [4]. Показово, що в умовах нестабільності світової економіки туристичні галузі всіх регіонів світу мали позитивні показники розвитку, загальна ж картина виглядає неоднозначно. Результати Європи перевищили очікувані на 5 %, завдяки результативній діяльності Центральної й Східної Європи, а також Південної й Середземноморської Європи.

Одним з основних показників, що характеризують привабливість країни з погляду міжнародного туризму, є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, впроваджений для оцінки впливу різноманітних факторів та політичних подій на зміни галузі туризму в певній країні. Так, статистичні дані ВТО,

скажімо, за 2019 р. свідчать про те, що Європа, як і раніше, залишається лідером світового туризму (п'ять перших місць зайняли саме європейські країни). Країною з найвищими темпами зростання туристичної діяльності є Швейцарія: країна має кращі готелі світу, висококваліфікований персонал та привертає увагу своїх туристів гарними пейзажами, кращою екологією, високим рівнем безпеки. Крім того, в країні постійно проводять численні ярмарки та виставки, тому саме в цю країну здебільшого і планують ділові поїздки.

На другому місці в Європі після Швейцарії знаходиться Німеччина. До того ж, вона займає шосте місце за рівнем розвитку туристичної інфраструктури, п'яте – за кількістю об'єктів культурної спадщини й друге місце за обсягом подієвого туризму, проведенням міжнародних ярмарків і виставок [4]. Високі оцінки рівня розвитку інфраструктури, безпеки туристів та екології отримали Австрія й Італія. У десятку кращих країн з розвитку міжнародного туризму увійшла й Іспанія (саме вона утримувала пальму першості багато років). Вона – на першому місці за кількістю об'єктів культурної спадщини й на третьому – за проведенням ярмарків і виставок. Крім того, Іспанія вважається однією з країн з досить спокійним політичним становищем, що вивело її за цим показником на восьме місце.

Позитивні тенденції розвитку міжнародного туризму останнім часом супроводжувались низкою проблем: ускладнені політичні події на найпопулярніших напрямках, різноманітні кліматичні негаразди, візові проблеми та ін. Експерти відзначають підвищений попит туристів на так звані «гарячі тури». Через економічну кризу, яка спричинила гальмування темпів зростання індустрії туризму, туроператори були змушені пропонувати розмаїття турів, найбільш доступних, привабливих, а отже, більш конкурентоспроможних. Подорожани здебільшого придбавали квитки заздалегідь, послуговуючись при цьому знижками і «гарячими» пропозиціями, іншими словами, – економили. Дослідження показує, що навіть британці – одні з найбільш постійних мандрівників у всьому світі, вдавалися до економії, відмовляючи собі багато в чому, лиш би мати можливість подорожувати, незважаючи на кризу [3].

Висновки. Як бачимо з викладеного, незважаючи на слабке економічне зростання в багатьох країнах і високий рівень безробіття, протягом останнього часу на ринку міжнародного туризму вдалося зберегти відносну стабільність. Найбільш інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах, що розвиваються. Структура туризму останнім часом практично не змінилася. Європа, як і раніше, залишається лідером світового туризму. Однак тенденції розвитку міжнародного туризму супроводжуються низкою проблем, пов'язаних з економічною кризою, активізацією інтеграційних процесів в галузі транспорту і сфері туризму, візовими перешкодами та загрозою тероризму. Туроператори змушені пропонувати розмаїття турів, доступних та привабливих, а отже, більш конкурентоспроможних.

Список використаних джерел

1. Білоусов Д. С. Туризм та глобальна економічна криза. Матеріали І міжнар. наук. конф. «Глобалізація та туризм: проблеми взаємодії», 2022. № 2. С. 83–94.
2. Ганський В. А. Сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг. Вісн. Дніпропетр. ун-ту. Серія «Економіка», 2022. № 2. С. 23–27.
3. Темник І. О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1z=499&p=1> (дата звернення: 12.03.2023)
4. Чернецька С. А. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму. Культура народів Причорномор'я, 2022. № 232. С. 85–88.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

К. А. Курулюк, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
В. І. Клименко, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Дана стаття присвячена аналізу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) міжнародних компаній. У статті розглядається поняття КСВ та її вплив на бізнес, споживачів

та суспільство в цілому. Проаналізовані різні підходи до КСВ та описані моделі корпоративної соціальної відповідальності, які застосовують міжнародні компанії. Також в статті розглядаються виклики, з якими стикаються компанії при реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Загалом, стаття дає узагальнений огляд стану справ у галузі КСВ міжнародних компаній та допомагає зрозуміти, як корпоративна соціальна відповідальність впливає на бізнес та суспільство в цілому.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, транснаціональна корпорація, бізнес-середовище, транснаціоналізація, корпоративне управління.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF INTERNATIONAL COMPANIES

Abstract. This article is dedicated to analyzing the corporate social responsibility (CSR) of international companies. The article discusses the concept of CSR and its impact on business, consumers, and society as a whole. Different approaches to CSR and models of corporate social responsibility applied by international companies are analyzed. The article also examines the challenges that companies face when implementing CSR. Overall, the article provides a comprehensive overview of the state of affairs in the field of CSR of international companies and helps to understand how corporate social responsibility affects business and society as a whole.

Keywords: corporate social responsibility, transnational corporation, business environment, transnationalization, corporate governance.

Постановка проблеми. Проблема, яку ставить ця стаття, полягає в тому, що в сучасному світі міжнародні компанії мають значний вплив на економіку, соціальну та екологічну ситуацію в світі. Однак, деякі з цих компаній можуть не виконувати свої соціальні та етичні обов'язки, що може мати негативні наслідки для співробітників, клієнтів, громад та екосистем, в яких вони працюють. Тому, зростає важливість питання Корпоративної соціальної відповідальності міжнародних компаній, яка включає

в себе не тільки фінансовий результат, але і соціальну та екологічну відповідальність. Проблема полягає в тому, як підтримати КСВ, щоб забезпечити сталий розвиток та покращення якості життя людей по всьому світу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Відомі зарубіжні науковці, такі як С. Ааронсон, П. Друкер, М. Кларксон, М. Портер, Р. Фрімен та інші, вивчали категорію корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та її проявів. Ця проблема є однією з найскладніших у соціально-економічній теорії. Українські теоретики, такі як Д. Баюра, В. Гесць, А. Колот, О. Панькова, Н. Супрун, А. Чухно та інші, в своїх працях висвітлили принципи та аспекти соціальної господарської діяльності в умовах становлення ринкової трансформації. Однак, аналіз літературних джерел показує, що світова економічна думка продовжує розробляти нові концептуальні положення та управлінські технології, що збагачують теорію корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Формулювання мети. Метою цієї статті є розгляд поняття корпоративної соціальної відповідальності та її значення для міжнародних компаній. В статті будуть проаналізовані підходи до КСВ, її позитивний вплив на компанії та різні сфери життя, а також її потенціал для забезпечення сталого розвитку та покращення якості життя людей по всьому світу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Транснаціоналізація бізнесу призвела до переходу механізмів корпоративної соціальної відповідальності на більш високий, міжнародний рівень. У цьому процесі інтернаціоналізації КСВ можна виділити два пов'язані аспекти. З одного боку, національні держави втратили вплив на економічний розвиток та соціальну політику через перерозподіл сил у світовій економіці на користь великих міжнародних компаній. У зв'язку з глобалізацією економіки та транснаціоналізацією бізнесу виникла необхідність у гармонізації та уніфікації підходів до КСВ для компаній різних національностей, які діють у різних країнах та регіонах. Для вирішення цієї проблеми були розроблені міжнародні нормативно-правові акти, що зобов'язують господарські суб'єкти компенсу-

вати можливу шкоду природі та суспільству, спричинену їх економічною діяльністю. Виникнення поняття корпоративної соціальної відповідальності ТНК пов'язано з тим, що ведення бізнесу на міжнародному рівні потребує складніших підходів до реалізації соціально відповідних заходів, з урахуванням соціальних, економічних та інституціональних особливостей країн, де діють ТНК. Однак, ТНК все ще віддають перевагу традиційним моделям корпоративної соціальної відповідальності, характерним для їхніх материнських країн, намагаючись гармонізувати їх з територіально специфічними підходами до КСВ в країнах їх діяльності [1].

Різниця у застосуванні моделей соціальної відповідальності бізнесу залежить від розвитку країн та їх законодавства, а також пов'язані з історичними, національними та культурними особливостями. Дослідники виділяють чотири моделі корпоративного розвитку та відповідні моделі соціальної відповідальності бізнесу: американську, європейську, латиноамериканську та японську.

У рамках американської моделі соціальної відповідальності бізнесу найбільший пріоритет відводиться акціонерам та інвесторам. Компанії, які дотримуються цієї моделі, орієнтуються на філантропічні проекти та взаємодію з місцевою спільнотою та іншими зацікавленими сторонами. Держава підтримує такі заходи, надаючи компаніям режим найбільш сприятливих умов та зменшуючи або скасовуючи штрафи за ефективне соціальне інвестування. Американські корпорації прагнуть розвивати концепцію КСВ та включають її елементи в контракти з постачальниками. Вони також розробляють та вдосконалюють кодекси етичної поведінки, які ґрунтуються на принципах, розроблених міжнародними організаціями, а також кодекси поведінки для малих та середніх підприємств. Американські компанії вважають пріоритетними напрямками КСВ: відповідальність за продукти компанії (безпека, глобальне ліцензування, відповідність стандартам), захист навколишнього середовища (використання відновлюваних джерел енергії, екологічно чистих продуктів), а також захист співробітників (навчання та виплати бону-

сів). Американські компанії проводять заходи з КСВ через численні корпоративні та благодійні фонди.

Європейські корпорації дотримуються рівноправної взаємодії з різноманітними зацікавленими сторонами, включаючи місцеві спільноти та організації, що відображають різні суспільні інтереси, такі як екологічні, правозахисні та споживчі. Ця модель є обов'язковою та регулюється законодавством. Співпраця компанії зі стейкхолдерами дозволяє виявляти потенційні конфлікти та визначати перспективні напрямки розвитку бізнесу, які враховують суспільні потреби та можливості, що надає національна економіка. Інновації впроваджуються у різні сфери, включаючи виробництво, трудові відносини та довкілля, що стає невід'ємною частиною стратегії розвитку бізнесу. Особливо активно модель використовується у галузях, орієнтованих на споживача, таких як харчова та фармацевтична промисловість, роздрібна торгівля та інші [2].

Латиноамериканська модель корпоративної соціальної відповідальності характеризується високою активністю ЗМІ, що забезпечує суспільство інформованістю про соціальну відповідальність компаній.

Японська модель КСВ характеризується активною роллю держави та традицій. У компаніях співробітники зазвичай працюють протягом усього життя, ставляться до компанії як до «виробничої родини», і питання розвитку цієї моделі КСВ досі відкриті для дискусії.

ТНК здійснює соціальну відповідальність, виконуючи зобов'язання, пов'язані з відповідністю її бізнесу принципам сталого розвитку в галузі людського та соціального розвитку країни, де вона базується. Для цього розробляються та реалізуються добровільні програми та цільові заходи в галузі КСВ, які враховують специфіку соціуму країн базування ТНК. Метою цих заходів є покращення репутації компанії, збільшення інвестиційної привабливості та інформаційної прозорості діяльності, а також створення позитивного іміджу як у бізнес-середовищі, так і в місцевій громаді. Нарешті, це повинно призвести до конкурентних переваг ТНК на національних і світових ринках.

Висновки. За останні десять років відбулися значні зміни в світовій практиці корпоративної соціальної відповідальності, що призвело до більш ефективного вирішення суспільних проблем шляхом поєднання соціальних та ринкових методів господарювання. Ця трансформаційна політика сприяла збільшенню кількості компаній, які займаються корпоративною соціальною відповідальністю. Великі компанії впроваджують масштабні капіталовкладення в розвиток глобальної економіки, що дозволяє їм ефективно брати участь у світовому ринку економічних благ та ресурсів. Ці зміни в сфері корпоративної соціальної відповідальності вплинули не лише на сам бізнес, але й на суспільство в цілому, з яким бізнес безпосередньо взаємодіє. Великі корпорації тісно співпрацюють з акціонерами, інвесторами, державними регулюючими та контролюючими органами, споживачами товарів та послуг і громадськими організаціями з метою вирішення соціальних проблем.

Відзначається той факт, що державні органи та великий бізнес формують та розвивають партнерські відносини з представниками корпоративної соціальної відповідальності. У міжнародний бізнес вступають різні громадські організації та групи населення, складаються актуальні тенденції корпоративної соціальної відповідальності. Однією з основних тенденцій розвитку корпоративної соціальної відповідальності є широко-масштабна підтримка розвинених країн, які визнають соціальні проблеми та сприяють вирішенню тривалих криз, які неможливо вирішити лише за рахунок держави.

Список використаних джерел

1. Варламова М., Єнгоян Г. Світові тренди розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Галицький економічний вісник. 2019. № 5 (60). С. 58–65.
2. Камишнікова Е. В. Концепція стратегічного управління корпоративною соціальною відповідальністю. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. Вип. 1 (175). С. 113–120.
3. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. Науковий вісник Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана. Сер.: Економічна теорія. 2013. № 4. С. 5–26.

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У ФОКУСІ ГЛОБАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ

Я. Б. Матюшко, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
В. Ю. Стрілець, д-р екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Досліджено важливість регіональних ринків для транснаціональних корпорацій та необхідність регіоналізації міжнародного маркетингу. Визначено сутність регіоналізації міжнародного маркетингу та акцентовано на основних особливостях та викликах в умовах глобалізації.

Ключові слова: міжнародний маркетинг, маркетингова стратегія, регіоналізація, глобалізація

INTERNATIONAL MARKETING OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS FOCUSING ON THE GLOBAL PROCESS OF REGIONALIZATION

Abstract. The importance of regional markets for transnational corporations and the need for regionalization of international marketing have been studied. The essence of regionalization of international marketing is determined and the main features and challenges in the conditions of globalization are emphasized.

Keywords: international marketing, marketing strategy, regionalization, globalization.

Постановка проблеми. Глобальний процес регіоналізації спричинює зростання регіональної інтеграції. Це означає, що транснаціональні корпорації повинні змінювати свої стратегії міжнародного маркетингу, щоб адаптуватися до різних регіональних ринків. Постає необхідність розробки ефективної стратегії міжнародного маркетингу, яка забезпечить якісне позиціонування на ринку, збереже конкурентну перевагу та врахує необхідність адаптації своїх продуктів та стратегій маркетингу до місцевих культурних відмінностей між регіонами.

Аналіз основних досліджень і публікацій. У науковому дискурсі протиставлення глобалізації і регіоналізації вчені зазначають, що регіональний аспект аналізу економіко-технологічної системи, а також вивчення її динамічних характеристик можуть надати значний внесок у формування регіональної науково-технологічної та інноваційної політики. Теоретичні напрацювання питань міжнародного маркетингу у фокусі глобальних процесів регіоналізації є об'єктом наукових досліджень українських та зарубіжних вчених. Так, Жуков С. та Дюгованець О. проводять узагальнення теорії та практики, виявлення тенденцій та встановлення взаємозалежностей процесів глобалізації, регіоналізації та використання видів міжнародного маркетингу ТНК [1]; Іванова О. досліджує взаємозв'язок між регіоналізацією та міжнародним маркетингом [3]; Гаєва С. розглядає питання регіоналізації міжнародного маркетингу з точки зору розвитку нових методів та стратегій міжнародного маркетингу [2]; Федулова Л. І. досліджує економіко-технологічний аспект регіональних теорій розвитку [4]. Актуальним на часі є виявлення нових можливостей (фокусів), які можуть отримати регіони в світових масштабах через більш ефективне використання наявних і прихованих ресурсів. Тому наукове обґрунтування основних фокусів дослідження глобалістичних викликів розвитку регіонів та їх економіки є своєчасним та необхідним.

Формулювання мети. Метою є дослідження міжнародного маркетингу транснаціональних корпорацій у фокусі глобального процесу регіоналізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні міжнародні економічні відносини характеризуються активною інтеграцією, інтернаціоналізацією та глобалізацією. Вони впливають на політичні, економічні, соціальні та культурні аспекти життя людей у різних країнах, а також на науково-технічний розвиток національних економік. Актуальними залишаються перспективи розширення масштабів виробництва і ринків. Останнє впливає на загострення конкуренції між транснаціональними корпораціями, основним інструментом якої є зниження собівартості виробництва шляхом переміщення

виробництва в країні, що мають необхідні ресурси та дешеву робочу силу. Це веде до розширення мережі ТНК на світовому ринку та стимулює адаптацію до національних ринків, де буде забезпечений збут продукції та прибутки. Визначальне місце в діяльності ТНК належить використанню міжнародного маркетингу, заснованого на протилежних процесах, наприклад глобалізації та регіоналізації.

Погоджуємося із твердженням науковців, що регіон нині постає як природна інноваційна сфера в умовах глобалізації; географічна локалізація є великою перевагою при розвитку інноваційної системи, тому що це спрощує комунікації й обмін неявними знаннями між спеціалізованими організаціями [4, с. 69]. Тобто розвиток за підходом регіоналізації дає важливу перевагу – можливість концентрації ресурсів у просторі і мобілізації у часі з повним розумінням територіальної специфіки та поточної ситуації [5].

Регіональні ринки стають все більш важливими для транснаціональних корпорацій, оскільки вони забезпечують можливість збільшення обсягів продаж компаній.

Регіоналізація міжнародного маркетингу означає адаптацію маркетингових стратегій транснаціональних корпорацій до специфіки конкретних регіонів світу. Це означає врахування культурних, економічних, політичних та інших факторів, які впливають на споживачів в кожному регіоні.

Регіоналізація міжнародного маркетингу передбачає розробку маркетингових стратегій та продуктів, які відповідають потребам та вимогам кожного регіону, з метою досягнення кращих результатів у продажах та підвищення рівня задоволення споживачів.

У зв'язку зі зростанням регіональної інтеграції та зменшенням значення глобальних ринків, регіоналізація міжнародного маркетингу є ключовим елементом успіху для транснаціональних корпорацій, які бажають зберегти та розширити свої позиції на міжнародному ринку.

Міжнародний маркетинг транснаціональних корпорацій в умовах глобального процесу регіоналізації має свої особливості

та виклики. Регіоналізація означає зростання регіональної інтеграції та зменшення значення глобального рівня, що може вплинути на стратегії міжнародного маркетингу транснаціональних корпорацій. Деякі з цих викликів та особливостей включають наступне:

1. Адаптація до місцевих ринків: транснаціональні корпорації повинні адаптувати свої стратегії міжнародного маркетингу до місцевих ринків, що можуть значно відрізнятися від глобального ринку. Наприклад, вони можуть стикатися з різними правовими та культурними нормами, різними попитом та вподобаннями споживачів.

2. Розробка регіональних стратегій: Транснаціональні корпорації повинні розробляти регіональні стратегії міжнародного маркетингу, що враховують специфічні регіональні вимоги та особливості. Наприклад, вони можуть використовувати різні підходи до просування продуктів на ринках, які мають різні рівні конкуренції та відмінні вимоги до продуктів.

3. Використання мережі дистриб'юторів: Транснаціональні корпорації можуть використовувати мережу дистриб'юторів, яка є більш ефективною на регіональному рівні. Це дозволяє зменшити витрати на маркетинг та збільшити доступність продуктів на місцевих ринках.

У цілому, для успішного проникнення на західні ринки необхідно вивчити конкурентні ринки та узагальнити отримані результати, що сприятиме розробці оптимальної моделі просування торгової марки на міжнародні ринки.

Висновки. Розробка глобальних маркетингових стратегій потребує значних інвестицій у фінансові ресурси, трудові ресурси та дослідження різних ринків, країн, культурних особливостей та місцевих традицій. Оскільки глобальний маркетинг є складовою загального управління бізнесом, його розвиток повинен забезпечувати споживачів з продуктами, послугами та рішеннями на глобальному ринку. У зв'язку з цим, компанії, які діють на міжнародному ринку, повинні постійно приймати та адаптувати свої стратегічні рішення та розробляти відповідні стратегії, що допомагають ефективно використовувати глобальні конкурентні переваги.

Список використаних джерел

1. Zhukov S., Diugowanets O. Multinational Corporations' International Marketing in the Focus of Global Regionalization Process. *Virtual Economics*. 2020. № 3(4). P. 188–210.
2. Гаєва С. О. Регіональний підхід до міжнародного маркетингу. *Економіка та держава*. 2016. № 10. С. 36–40.
3. Іванова О. Регіоналізація міжнародного маркетингу: теорія та практика. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 4. С. 230–239.
4. Федулова Л. І. Економіко-технологічний аспект регіональних теорій розвитку. *Економічна теорія*. 2012. № 1. С. 65–81.
5. Антохов А. А. Фокуси дослідження глобалістичних викликів регіонального розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 1. С. 104–110.

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Д. О. Науменко, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
В. Ю. Стрілець, д-р екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

Анотація. У статті проведено дослідження економічної сутності стратегій розвитку національних економік в умовах глобалізації, що охопило аналіз сучасних тенденцій уповільнення розвитку таких економік. Запропоновано перспективи формування ефективних стратегій, які допоможуть подолати складнощі, що виникають у зв'язку з глобалізацією.

Ключові слова: прямі іноземні інвестиції, світовий досвід, інвестиційна привабливість, перспективи розвитку інвестиційного клімату

STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF NATIONAL ECONOMICS IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Abstract. The article examines the economic essence of strategies for the development of national economies in the context of globalization, which includes the analysis of modern trends in

slowing down the development of such economies. Prospects for the formation of effective strategies that will help overcome the difficulties arising in connection with globalization are offered.

Keywords: foreign direct investment, world experience, investment attractiveness, prospects for the development of the investment climate.

Постановка проблеми. Глобалізація стала однією з найважливіших тенденцій у світовій економіці останніх десятиліть. Вона принесла багато нових можливостей, але також викликала виклики і загрози для національних економік. Для того, щоб країни змогли успішно конкурувати в глобальному економічному середовищі, вони повинні розробити стратегії розвитку, які відповідають вимогам часу. Тому одним із основних наукових завдань сьогодення є створення основ стратегії, яка забезпечить ефективний розвиток національної економіки в умовах глобальних тенденцій.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дискусії навколо глобалізації є стимулом для економістів розвивати нові підходи до формування стратегій розвитку національних економік. Наразі низкою вітчизняних і зарубіжних вчених проведено аналіз стратегічних аспектів сучасних економічних взаємозв'язків у глобальному масштабі. Зокрема, Каймашнікова К. С. досліджує теоретичні основи формування поняття «глобальна стратегія економічного розвитку» [4]; Сундук А. М. визначено основні методологічні підходи до формування стратегічних пріоритетів ефективного розвитку держави в умовах глобальних процесів [2]; Липовим В. В. розглянуто потенціал формування конкурентної стратегії розвитку України в умовах інтеграції в глобальний економічний простір [2]. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю., Франко Л. С. акцентують увагу на побудові стратегії розвитку національної економіки із врахуванням процесів цифрової трансформації [2].

Формулювання мети. Метою статті є вивчення стратегій розвитку національних економік в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобальне уповільнення, пов'язане із пандемією Covid-19, повномасштабною

війною в Україні та падінням найбільших американських банків (Silicon Valley Bank та Credit Suisse Group) має значний вплив на економіки країн. Так, під впливом глобальних змін світове економічне зростання сповільнилося до 2,5 % у 2022 році та прогнозується падіння до 2,2 % у 2023 році. OECD визначають, що середні темпи зростання для економік, що розвиваються, впадуть нижче 3 % – темпи, які є недостатніми для сталого розвитку та ще більше стиснуть державні та приватні фінанси та зашкодять перспективам зайнятості [5]. В таких умовах важливим постає питання формування ефективної стратегії розвитку національних економік та адаптації найбільш ефективних практик її реалізації.

Погоджуємося із твердженням Каймашнікової К. С., що країна, яка не має визначеного стратегічного бачення та стійких національних пріоритетів не може досягти економічного зростання, міжнародного визнання та глобальної першості [4, с. 95]. Стратегія є комплексним документом, у якому забезпечується єдність її складових елементів, заснована на причинно-наслідковому зв'язку та структурно-змістовних аналогіях. Ця комплексність досягається завдяки врахуванню основних явищ та процесів, які впливають на головні складові стратегії. Основні стратегії розвитку національних економік в умовах глобалізації включають:

Експортно-орієнтована стратегія. Ця стратегія полягає в тому, щоб зосередитися на виробництві товарів і послуг, які мають конкурентні переваги на світовому ринку. Країни повинні інвестувати в дослідження і розвиток, щоб підвищити якість своїх продуктів і зменшити їх вартість. Вони також повинні відстежувати зміни в міжнародній торгівлі і адаптуватися до нових умов.

Інноваційна стратегія. Ця стратегія полягає в тому, щоб інвестувати в дослідження і розробку, щоб створювати нові продукти і послуги, які мають конкурентні переваги на ринку. Країни повинні створювати сприятливе середовище для інновацій, включаючи зменшення податків на дослідження і розробку, сприяння міжнародній співпраці і підтримку малих і середніх підприємств.

Розвиток людського капіталу. Ця стратегія полягає в тому, щоб зосередитися на розвитку освіти, здоров'я і соціальної інфраструктури.

У цілому досвід розвинених країн щодо побудови стратегії розвитку національних економік в умовах глобалізації полягає в успішному поєднанні таких факторів, як: розвиток експортно-орієнтованої економіки, яка забезпечує залучення іноземних інвестицій, технологій та ринків збуту; розвиток та підтримка національних інноваційних систем, які сприяють розвитку нових технологій, підвищенню конкурентоспроможності національних підприємств та залученню іноземних інвестицій; Забезпечення належного рівня освіти та розвитку національних кадрів, які зможуть забезпечувати високу якість виробництва та впровадження нових технологій.

Враховуючи сучасні глобалізаційні процеси, що впливають на національні економіки країн, урядам доцільно будувати стратегії, що враховуватимуть наступні аспекти:

- грошово-кредитна політика повинна враховувати інфляційний тиск та жорсткі ринки праці. Постійний інфляційний тиск у сфері послуг і тиск на витрати через жорсткі ринки праці вимагатимуть від багатьох центральних банків підтримувати високі ставки до 2024 року;

- фінскальна підтримка має стати більш адресною. Багато країн запровадили фінскальні заходи, щоб захистити домогосподарства та компанії від найгіршого зростання цін на енергоносії. Здебільшого ця підтримка відбувалася через широкі заходи щодо зниження цін. Падіння цін на енергоносії сприяє поступовому припиненню широкої державної підтримки, продовжуючи надавати цільову підтримку тим, хто її найбільше потребує;

- заохочення впровадження цифрових технологій через структурну політику. Протягом останніх десятиліть зростання продуктивності в ОЕСР було невтішно повільним. Країни ОЕСР повинні терміново змінити цю тенденцію. Інтеграція цифрових технологій через структурну політику, таку як підвищення технічних навичок і конкуренція, що стимулює впровадження ключових технологій ІКТ, буде важливим.

Висновки. Таким чином, серед чинників, які забезпечують стабільну та зростаючу перевагу деяких країн над іншими в міжнародній конкуренції, новітні технології мають найбільше значення, яке посилюється з часом. Факт того, що країни, які досягають початкового успіху, рано чи пізно переходять до високих технологій та науки, є не випадковим. У світі загально-визнано, що саме високі технології забезпечують переваги, які не можна порівняти з жодним іншим чинником за міцністю.

Список використаних джерел

1. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю., Франко Л. С. Міжнародний досвід державної підтримки діджиталізації малого та середнього підприємництва : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2022. 141 с.
2. Сундук А. М. Стратегічні пріоритети забезпечення ефективного розвитку національної економіки в контексті глобальних трендів. Інвестиції: практика та досвід. 2012. № 5. С. 34–35.
3. Липов В. В. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації. Економіка України. 2018. № 3 (676). С. 21–35.
4. Каймашнікова К. С. Генезис та сутність категорії «Глобальна стратегія економічного розвитку». Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія економічні науки. 2014. № 7.1. С. 92–95.
5. OECD. Global growth has slowed since the start of the war. URL: <https://www.oecd.org/economic-outlook/march-2023/> (дата звернення: 25.03.2023).

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

А. А. Овсієнко, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
А. Л. Флегантова, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Дана стаття присвячена вивченню питання конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної глобалізації. В роботі було проведено аналіз основних тенденцій та

викликів, що виникають перед підприємствами в умовах глобалізації економіки. Визначено ключові фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. Окреслено основні напрями поліпшення конкурентоспроможності підприємства. Результати дослідження можуть бути корисними для підприємств, які мають намір підвищити свою конкурентоспроможність в умовах глобалізації економіки.

Ключові слова: конкурентоспроможність, економіка, глобалізація, фактори розвитку, забезпеченість ресурсами.

COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC GLOBALIZATION

Abstract. This article is dedicated to the study of the issue of enterprise competitiveness in the conditions of economic globalization. The paper analyzes the main trends and challenges faced by enterprises in the context of economic globalization. The key factors affecting enterprise competitiveness are identified, and the main directions for improving enterprise competitiveness are outlined. The results of the study can be useful for enterprises that intend to improve their competitiveness in the context of economic globalization.

Keywords: competitiveness, economy, globalization, development factors, resource availability.

Постановка проблеми. Умови економічної глобалізації створюють значні виклики для підприємств різних рівнів. Одним з найбільш актуальних питань є забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобальної економіки. Конкуренція зі сторони інших країн та компаній, швидкі темпи технологічного розвитку, зміни попиту та споживацьких пріоритетів, регулятивні вимоги та норми – все це ставить перед підприємствами завдання забезпечити свою конкурентоспроможність, щоб не відстати від своїх конкурентів та зберегти свої позиції на ринку. У зв'язку з цим, важливо досліджувати та аналізувати проблеми, пов'язані з підтримкою конкурентоспро-

можності підприємств, враховуючи сучасні тенденції та виклики економічної глобалізації.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідження питання конкурентоспроможності підприємств в умовах економічної глобалізації ведуть багато вчених з різних галузей знань. До найвідоміших науковців на цю тему можна віднести: Л. Антонюк, Д. Бхагваті, З. Варналій, В. Герасимчук, Д. Даннінг, П. Друкер, М. Кастельс, А. Мазаракі, М. Портер, Д. Сакс, І. Сіваченко, Д. Стигліц, Л. Туроу, Т. Фрідман, Ф. Фукуяма, Г. Хамел, Т. Циганкова, О. Шнирков. У багатьох дослідженнях було визначено, що глобалізація не тільки відкриває нові можливості для підприємств, але також створює нові виклики, зокрема, посилення конкуренції на світовому ринку, зростання вимог споживачів, необхідність швидкої адаптації до змін у міжнародному середовищі тощо. У дослідженнях також відзначається роль держави в формуванні конкурентоспроможності підприємств. Важливими завданнями держави є створення сприятливих умов для розвитку бізнесу, захист прав інтелектуальної власності, підтримка інноваційної діяльності

Формулювання мети. Метою даної статті є аналіз сучасних тенденцій економічної глобалізації та її впливу на конкурентоспроможність підприємств. Також, метою є визначення ключових чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації та розробка рекомендацій щодо підвищення їх конкурентоспроможності в міжнародному ринковому середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У економічній теорії існує кілька аспектів конкурентоспроможності: товарів, виробників (фірм, підприємств) та регіонів (країн, націй). Конкурентоспроможність товарів визначається їх здатністю відповідати вимогам конкурентного ринку та запитам споживачів порівняно з аналогічними товарами, продаватися за цінами не нижче середньоринкових. Конкурентоспроможність виробників та продавців товарів полягає в їх здатності конкурувати з іншими постачальниками на ринках або проникати на нові ринки. Конкурентоспроможність країни визначається її економічною

здатністю брати участь у міжнародній торгівлі, утримувати та розширювати певні сегменти на світових ринках, а також виробляти продукцію, яка відповідає світовим стандартам.

Термін «конкурентоспроможність» в першу чергу означає здатність суб'єкта успішно функціонувати, досягати поставлених цілей та захищати свої інтереси в умовах конкуренції. Тому сутність конкурентоспроможності можна зрозуміти, вивчивши природу конкуренції. Конкурентоспроможність об'єкта визначається відносно конкретного ринку або групи споживачів, сформованої за ознаками стратегічної сегментації ринку. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність визначає ступінь розвитку суспільства. Чим вище конкурентоспроможність країни, тим вище рівень життя в ній.

Узагальнюючи результати досліджень різних авторів з цієї теми, можна відзначити, що конкурентоспроможність підприємства залежить від кількох основних факторів. В першу чергу це конкурентоспроможність його продукції на внутрішніх і зовнішніх ринках, а також від типу товарів, які воно виробляє. Крім того, важливим є розмір ринку, доступність до нього, однорідність цього ринку та позиції конкурентів, які вже працюють на ньому. Конкурентоспроможність також залежить від конкурентоспроможності галузі, можливості технічних новацій у цій галузі, а також від конкурентоспроможності регіону та країни.

На початку ХХІ століття фундаментальні теоретичні уявлення про конкурентоспроможність зазнали помітних змін. Глобалізація світової економіки вплинула на форми конкуренції, що призвело до появи нової форми міжфірмового змагання, відомої як «глобальна конкуренція».

Глобалізація – це об'єктивний процес міжнародного створення товарів та послуг багатонаціональними компаніями в рамках уніфікованого ринкового середовища, що базується на розвитку сучасних продуктивних сил та виробничих відносин.

У сучасному світі традиційний підхід до національного розвитку, який базувався на природних ресурсах, робочій силі, процентних ставках, курсі та купівельній спроможності націо-

нальної валюти, є недостатнім. Основою конкурентоспроможності країни має стати її здатність швидко впроваджувати нововведення та модернізуватися, а не тільки її природні ресурси чи економічні показники. Жодна країна не може бути конкурентоспроможною у всіх галузях, навіть якщо вона має високий рівень життя. Кожна країна досягає успіху лише в певних галузях завдяки сприятливим умовам всередині країни. Глобалізація позбавляє регіони переваг, які раніше були доступні лише їм. Раніше місцеві переваги, такі як низька вартість праці та природні ресурси, були доступні лише на місцевому рівні. Однак глобалізація робить ці ресурси доступними для використання всесвітніми компаніями, які прагнуть отримати до них доступ. Це називається глобалізацією місцевих ресурсів. Забезпеченість регіону своїми ресурсами більше не є важливою конкурентною перевагою, оскільки ці ресурси можуть бути придбані на глобальних ринках. В результаті глобалізації, регіони змушені шукати та захищати свої конкурентні переваги, а також адаптуватися до глобального середовища.

Глобалізація також супроводжується формуванням інтеграційних об'єднань. Вони базуються на двох принципах: потужної ініціативної ролі держави, як у випадку Європейського союзу, та переважаючої ролі великого корпоративного капіталу, який змушує держави зближуватися між собою. Деякі з цих об'єднань, такі як Європейський союз, змогли успішно створити єдиний внутрішній ринок, зняти обмеження на переміщення товарів, капіталів та робочої сили, а також знизити рівень споживчих цін. Глобалізація впливає на конкурентоспроможність компаній у глобальних галузях, особливо тих, які займаються електронікою, інформаційними технологіями та телекомунікаціями. Завдяки лібералізації, дерегулюванню та зростанню капіталу, кількість компаній у цих галузях продовжує збільшуватись. Це підвищує конкуренцію, що робить все складніше для компаній досягати та утримувати конкурентні переваги (наприклад, збільшуються терміни НДР, скорочується життєвий цикл виробів, і затрати на НДР зростають). В той же час, вертикальна інтеграція компаній, відносно низькі бар'єри виходу на ринок та

міжнародне антимонопольне регулювання в рамках СОТ, збільшують кількість конкурентів, які можуть не тільки перебороти ринкові бар'єри, але й змагатися з вже існуючими компаніями на рівних умовах.

Глобалізація світової економіки змінила конкуренцію компаній та створила передумови для більш диференційованого підходу до конкурентної боротьби. У минулому, метою конкуренції була боротьба за збільшення прибутку, тоді як зараз компанії змагаються за кожного споживача.

Висновки. Варто розглядати конкурентоспроможність товару як комплексну характеристику, яка визначає перевагу даного товару порівняно з аналогічними конкурентами, запропонованими на ринку, на основі відповідності конкретній громадській потребі та витрат на її задоволення. Глобалізація є об'єктивним процесом, заснованим на економічних факторах розвитку сучасних виробничих сил та виробничих відносин. Важливим фактором розвитку процесів глобалізації стали зміни, викликані науково-технічним прогресом та неефективністю моделі «економіки благополуччя».

Глобалізація включає економічні процеси зближення країн і є основою, що об'єднує різні аспекти розвитку сучасного світового співтовариства, такі як виробництво, обмін та споживання товарів та послуг. Глобалізація вимагає від господарюючих суб'єктів забезпечення конкурентоспроможності виробленої продукції і представляє новий рівень розвитку глобальних ринків.

Список використаних джерел

1. Котельникова Ю. М. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С. 101–108.
2. Уманців Ю. М., Золіна Д. О. Макроекономічний вимір національної конкурентоспроможності за умов глобалізації. *Економічна теорія та право*. 2022. № 2. С. 47–71.
3. Флегантова А. Л. Державне регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні в контексті можливостей імплементації світового досвіду. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2019. № 2 (27). С. 115–124.

ТРАНСКОРДОННІ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК ПРОЦЕСУ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*К. С. Погрібняк, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
А. В. Артеменко, канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

Анотація. Розглянуто сучасні світові та національні тенденції процесів злиття та поглинання ТНК як чинника їх впливу на процеси економічної глобалізації. Окреслено подальші перспективи розвитку транскордонних злиттів та поглинань.

Ключові слова: транснаціональні корпорації, злиття та поглинання, іноземні інвестиції, глобалізація.

TRANSBORDER MERGERS AND AQUISITIONS AS A STRATEGIC DIRECTION OF ECONOMIC GLOBALIZATION

Abstract. Current global and national trends in the processes of mergers and acquisitions of MNCs are considered as a factor of their impact on the processes of economic globalization. Further prospects for the development of cross-border mergers and acquisitions are outlined.

Keywords: multinational corporations, mergers and acquisitions, foreign investment, globalization.

Постановка проблеми. Зацікавленість ТНК у глобальних операціях, а отже у створенні власних глобальних мереж виробничо-збутової та науково-технічної діяльності в рамках глобалізації економіки, обумовлюють активізацію процесів транскордонних злиттів та поглинань (M&A), котрі виступають одним із стратегічних напрямків прискорення процесів економічної глобалізації, адже є швидким та ефективним шляхом збільшення розміру компаній, географічної та галузевої диференціації їх активів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. На думку провідних спеціалістів в області вивчення діяльності ТНК, міжнародний бізнес і торгівля в умовах глобалізації економіки розвиваються за новим сценарієм, а сутнісними рисами нинішніх ТНК є подальша концентрація капіталу, посилення як економічного так і політичного впливу, спроби глобального об'єднання, в тому числі і, через процеси М&А, що потребує нового погляду на розвиток ТНК як рушійної сили процесу економічної глобалізації. Вагомий внесок у дослідження різних аспектів діяльності ТНК у процесі розвитку світової економіки здійснили зарубіжні та вітчизняні науковці такі, як: Т. Бусарева [1], М. Савченко та О. Шкуренко [2], К. Рей [3] та інші.

Формулювання мети: метою статті є дослідження сучасних тенденцій процесів М&А транснаціональних корпорацій як одного з факторів прискорення процесів економічної глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дедалі більша конкуренція та зменшення тривалості циклу життя продукту примушують ТНК дуже швидко реагувати на зміни в економічному середовищі, при чому робити це швидше, ніж конкуренти. В умовах стрімкої глобалізації економіки транскордонні М&А виступають одним із швидких й ефективних шляхів збільшення розміру компаній, географічної та галузевої диференціації їх активів [4]. Характерними рисами сучасних процесів М&А є подальша концентрація капіталу, посилення політичного фактору, спроби глобального об'єднання, вихід на глобальні ринки компаній з таких країн як Китай, Індія, Південна Корея, Бразилія.

У першій половині 2020 року процеси злиття та поглинання мали тенденцію до призупинення чи навіть припинення в умовах пандемії Covid-19, скоротившись в цілому на 50–70 %. Найбільше падіння пережили розвинені економіки – на 75 %. Обсяги прямих іноземних інвестицій у країнах, що розвиваються в свою чергу зменшились лише на 16 % – менше, ніж очікувалося. Потoki ППІ були на 28 % нижчими в Африці, на 25 % у Латинській Америці та Карибському басейні та лише на 12 % в Азії, головним чином завдяки стійким інвестиціям у Китай [5].

2021 рік став рекордним для світового ринку М&А, який продемонстрував двозначне зростання (47 % за вартістю та 31 % за обсягом) порівняно з 2020 р. 2021 р. став рекордним для ринку М&А, адже було укладено 48 948 угод на суму 4 418 млрд доларів США, що за вартістю перевершило попередні рекорди 2007 р. (3 833 млрд доларів США) і 2017 р. за обсягом (37 437 угод) [5].

Щодо географічної структури, то діяльність щодо М&А в 2021 р. зросла в усіх регіонах. У країнах Південної та Північної Америки (+60 % за вартістю після -12 % у 2020 році та +25 % за обсягом). Цей географічний регіон підтвердив свою провідну роль на світовому ринку М&А, зробивши власний внесок у вартість та обсяг глобальних угод 55 % і 36 % відповідно [5].

Європейські ринки повернулися на друге місце у глобальному рейтингу М&А за вартістю угод на суму 1,1 млрд доларів США (+57 % порівняно з попереднім роком і 23 % від загальної суми) і встановленням нового рекорду з кількості транзакцій – 15 537 (+38 %), що становить 32% від загальної кількості. У всіх основних європейських країнах спостерігалось двозначне зростання, починаючи з Франції (+65 % за обсягом і майже втричі за вартістю) і Великобританії (+55 % і +77 % відповідно), а також Іспанії (+49 % і +98 %), Італії (+38 % і більше, ніж 50 %) та Німеччини (+32 % і +45 %) [5].

У 2022 р. загальний обсяг М&А у світі становив 3,6 трлн дол. США, що на 38,8 % менше, ніж у 2021 році, коли він становив 5,9 трлн дол. США. Активність М&А почала знижуватися зокрема й через рецесію світових економік [6]. Найбільшою угодою 2022 року стала купівля компанією Microsoft за 75 млрд дол. США компанії Activision Blizzard; серед інших – продаж Broadcom за 61 млрд дол. США компанії VMware; угода індійської Housing Development Finance з банком HDFC на суму 60,8 млрд дол. США; продаж італійської Atlantia за 46,4 млрд дол. США компанії Blackstone; викуп Twitter Ілоном Маском за 41,3 млрд дол. США. Найбільшими угодами, що відбулися у другому півріччі 2022 р., були відокремлення Hialeah від GlaxoSmithKline (30,9 млрд дол. США); купівля Horizon

Therapeutics за 28,3 млрд дол. США компанією Amgen та поглинання Albertson компанією Kroger за 24,8 млрд дол. США [6; 7].

Активність на ринку М&А України в 2022 році теж суттєво знизилась. Падіння кількості угод в порівнянні з 2021 роком становило 48 % [4]. Об'єктами сучасного ринку М&А в Україні передусім стали підприємства телекомунікаційного бізнесу, енергетики та природних ресурсів, важкої, харчової галузей, сільськогосподарської, фінансової а також торгівельної сфери [7]. Сектор ТМТ (телекомунікації, медіа та технології) за результатами 2022 року, залишається найбільш активним на ринку М&А України, незважаючи на його загальне падіння на 27 %. Кількість угод у сфері енергетики та природних ресурсів впала за рік більш ніж втричі. Протягом 2022 р. більше половини угод у даному секторі були здійснені до 24 лютого. Кількість угод у сегменті відновлюваної енергетики не зазнала стрімкого падіння (3 угоди у порівнянні з 5 в 2021 році) [7]. На відміну від попередніх років, великих знакових угод у секторі важкої промисловості не відбулось: їх сумарна вартість не перевищила 50 млн дол. США. Традиційно, покупцями в секторі виступали вітчизняні компанії з цього ж сектору [7].

Висновки. Проведене дослідження глобального ринку М&А за результатами останніх років, дозволяє виокремити наступне:

1. Європейські країни, а точніше їх ТНК, перейшли до внутрішньорегіональних угод, на які припадає понад три чверті вартості всіх угод, що були здійснені 2022 р., порівняно з приблизно двома третинами, що були укладені в останні роки.

2. Китай та Індія сконцентрувалися, в основному, на внутрішніх ринках (понад 90 % вартості всіх М&А). В Індії найбільш суттєвим підсумком року було загальне зростання М&А. У жовтні 2022 р. загальна вартість угод була майже на 140% вищою, ніж за весь 2021 рік.

3. Решта країн Азії, а також Америка залишалися стабільними у своєму балансі географічного розташування.

Список використаних джерел

1. Бусарєва Т. Г. Особливості злиттів та поглинань ТНК. Науковий погляд: економіка та управління. 2018. № 2 (60). С. 21–28.

2. Савченко М., Шкуренко О. Злиття та поглинання як інструмент підвищення конкурентоспроможності компаній. Управління економікою: теорія та практика : зб. наук. пр. – Київ : ІЕП НАНУ, 2019. С. 92–105.
3. Ray K. Mergers and acquisitions, second edition: strategy, valuation and integration. Delhi : PHI Learning Private Limited, 2023. 883 p.
4. M&A Report 2021. URL: <https://www.lw.com/admin/upload/SiteAttachments/IFLR-M-A-Latham-2021.pdf> (дата звернення 01.03.2023).
5. M&A Report 2022. URL: <https://www.bcg.com/publications/2022/the-2022-m-a-report-dealmaking-remains-active> (дата звернення 01.03.2023).
6. Глобальне злиття та поглинання різко впало у 2H 2022. URL: <https://www.capital-times.com/2023/02/09/globalne-zlittya-ta-poglinannya-rizko-vpalo-u-2h2022/> (дата звернення 02.03.2023).
7. Озираючись на M&A у 2022 році. URL: <https://www.bain.com/insights/looking-back-at-2022-m-and-a-report-2023/> (дата звернення 02.03.2023).
8. Звіт про M&A. Погляд на M&A у 2023 році. URL: <https://www.bain.com/insights/looking-ahead-to-2023-m-and-a-report-2023/> (дата звернення 03.03.2023).

СОЦІАЛЬНИЙ МЕДІА-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КОМПАНІЇ «WALMART INC.»

А. О. Семачкіна, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
Л. С. Франко, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. З'ясовано особливості соціального медіа-маркетингу як інноваційної маркетингової комунікації компаній. Виявлено, що соціальні мережі стали основним комунікаційним інструментом мережевого суспільства і особливо активно використовуються в системі маркетингових комунікацій компанії «Walmart Inc».

Ключові слова: соціальний медіа-маркетинг, міжнародні комунікації, соціальні мережі, реклама.

SOCIAL MEDIA MARKETING AS A TOOL OF THE COMMUNICATION POLICY OF THE COMPANY «WALMART INC.»

Abstract. The peculiarities of social media marketing as an innovative marketing communication of companies are clarified. It was found that social networks have become the main communication tool of the network society and are especially actively used in the marketing communications system of the company “Walmart Inc”.

Keywords: social media marketing, international communications, social networks, advertising.

Постановка проблеми. У сучасному світі інформація є найбільшим капіталом, адже за допомогою інформаційно-комунікативних технологій стало можливим більш оптимізоване ведення бізнесу. Кожна компанія, як національна, так і транснаціональна, яка виходить на міжнародний ринок, має власний корпоративний сайт та сторінку в соціальних мережах, які сприяють більшому ознайомленню з компанією потенційних споживачів її продукції.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Основи теорії комунікації були закладені американським політологом Х. Д. Лассвелом і знайшли свій розвиток у працях представників школи «наукового управління» (Ф. Тейлор) і «соціальних систем» (Л. Берталанфі, А. Рапопорт), закордонних маркетологів (Ф. Котлер, Г. Ассель, Е. Діхтль, Х. Хершген тощо). Питанням соціального медіа-маркетингу присвячені праці таких вітчизняних науковців, як Балака У. О. та Колісника М. В. [1], Савицька Н. Л. [2], Чміль Г. Л. [3] та інших.

Формулювання мети. Метою дослідження є вивчення особливостей використання соціального медіа-маркетингу як інструменту інноваційної комунікації компанії «Walmart Inc».

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливим елементом комплексу маркетингових заходів на зовнішньому ринку є комунікаційна політика фірми, яка дає змогу налагодити міцні зв'язки з клієнтами та допомагає забезпечити стабільний

та активний вплив на формування споживчого попиту на цільових зарубіжних ринках з метою задоволення потреб клієнтів та отримання бажаних прибутків.

Крім цього, міжнародна комунікаційна політика є одним із ефективних засобів створення позитивного іміджу підприємства на зарубіжному ринку та є головним засобом інформування споживачів про товарні пропозиції фірми, умови та канали їхнього продажу. Основною метою міжнародної комунікаційної політики є активний та цілеспрямований вплив на формування споживчого попиту на цільових зарубіжних ринках завдяки використанню елементів комплексу комунікаційних заходів.

Маркетингова комунікація фірми – це будь-яка діяльність фірми з інформування, переконання, нагадування споживачам про свої товари та формування позитивного іміджу фірми в очах громадськості [2].

Термін «соціальна мережа» ввів соціолог Джейс Барнс у 1954 році, який трактував його як «соціальну структуру, яка складається із групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди або організації), і зв'язків між ними (соціальними взаємовідносинами)» [1]. За останні два десятиліття застосування соціальних мереж динамічно еволюціонувало і вийшло на широкий загаль в Інтернет не лише як засіб спілкування, але й як джерело збирання інформації, майданчик для торгівлі та здійснення маркетингової діяльності. Єдиного визначення соціального медіа-маркетингу немає. На думку науковців У. О. Балик та М. В. Колісник, під соціальним медіа-маркетингом слід розуміти форму інтернет-маркетингу, яка використовує платформи соціальних мереж для зв'язку з аудиторією з метою створення, представлення та популяризації бренду, збільшення трафіку веб-сайтів, розширення клієнтської бази та, як наслідок, збільшення продажів.

Усі без винятку сучасні компанії є активними користувачами соціальних мереж. Починаючи з жовтня 2019 року, «Walmart Inc.» працює з TikTok. І за цей час вони пройшли довгий шлях від смішних і безглузвих відео, які збирали коментарі рівня «хто взагалі показав «Walmart Inc.» – у ТікТок», до відео з дуже конкретними продуктами, що привертають увагу. Наприклад,

відео з курячим соусом. На відео мама та донька куштували соус від «Walmart Inc.» та його основного конкурента із заплученими очима, намагаючись вгадати де і що [4].

У грудні 2020 року компанія провела перший прямий ефір. Під час годинної трансляції можна було перейти на сайт і купити товар, що сподобався. В Азії такі ефіри дуже популярний спосіб продажу для рітейлу, а для американського ринку таке було зроблено вперше.

Десяток блогерів показували круті образи, які можна купити у «Walmart Inc.» і за Pin-кодом користувач міг їх купити. Запуск виявився дуже вдалим. Кількість переглядів виявилася у 7 разів більшою, ніж розраховували маркетологи, а кількість передплатників збільшилася на 25 %. Після цього у березні 2021-го було запущено новий прямий ефір, але вже продавали не одяг, а косметику.

Сьогодні на сторінку TikTok «Walmart Inc.» підписано вже понад 1 000 000 людей, а деякі відео набирають понад 15 мільйонів переглядів. Кожен магазин робить власні відео, а правлять їх вже в головному офісі. Цікаво, що досить фундаментальну підтримку «Walmart Inc.» отримує від своїх співробітників.

Компанія створила спеціальну внутрішню програму, де кожен співробітник може отримати призи або гроші за публікацію про «Walmart Inc.». Наприклад, коли в листопаді «Walmart Inc.» почав співпрацювати із виробником фігурок Funko, то найкращих авторів контенту попросили зробити пост про ці фігурки. Автори 10 публікацій із найбільшою активністю отримали по 200 доларів США. А ось коли компанія хотіла просунути хוברборди, то головний приз був уже 1 000 доларів США за промо-відео від співробітників.

Висновки. Сьогодні соціальні мережі стали основним комунікаційним інструментом мережевого суспільства й особливо активно використовуються у системі маркетингових комунікацій.

Така поведінка дозволяє бізнесу легше знайти клієнтів, відчувати їхні потреби та бути більш доступними, зрозумілими та привабливими. Водночас споживачам зручно, швидко та легко

знаходити потрібні товари та послуги тоді, коли вони проводять своє дозвілля та спілкуються з друзями у соціальних мережах. Соціальна мережа є каналом маркетингової комунікації, що об'єднує споживача і маркетолога відповідно до попиту та пропозиції продукції, що виготовляє компанія.

Список використаних джерел

1. Балик У. О., Колісник М. В. Соціальний медіа-маркетинг: сучасні тренди та перспективи розвитку. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2020. № 1. С. 126–134.
2. Савицька Н. Л. (2017) Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти ринку B2C. Маркетинг і цифрові технології. Т. 1. № 1. С. 20–33.
3. Чміль Г. Л. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування послуг підприємства індустрії гостинності. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2020/57.pdf (дата звернення: 29.03.2023).
4. Walmart's use of TikTok will likely continue, even if deal with Oracle falls apart URL: <https://www.cnn.com/2021/02/10/walmarts-use-of-tiktok-will-likely-continue-even-if-oracle-deal-unravels.html> (дата звернення: 29.03.2023).

СПЕЦІАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ КИТАЮ: УМОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Д. С. Терешко, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
Л. С. Франко, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Розглянуто успішний досвід Китаю у створенні та розвитку системи спеціальних економічних зон. Виокремлено ключові елементи політики спеціальних економічних зон для ефективності у залученні іноземного капіталу та створенні сприятливих умов для функціонування бізнесу. Продемонстровано вплив запровадження системи спеціальних економічних зон на економічні показники Китаю та його економічне зростання.

Ключові слова: Китай, спеціальні економічні зони, прямі іноземні інвестиції, сприятливі умови ведення бізнесу, податкові пільги.

SPECIAL ECONOMIC ZONES OF CHINA: CONDITIONS FOR BUSINESS DEVELOPMENT

Abstract. The successful experience of China in the creation and development of the system of special economic zones is considered. The key elements of the policy of special economic zones for efficiency in attracting foreign capital and creating favorable conditions for business operation are highlighted. The impact of the introduction of the SEZ system on China's economic indicators and its economic growth is demonstrated.

Keywords: China, special economic zones, foreign direct investment, favorable business conditions, tax benefits.

Постановка проблеми. У багатьох країнах світу спеціальні економічні зони (СЕЗ) є найважливішим інструментом індустриального розвитку, який сприяє залученню прямих іноземних інвестицій, інтеграції локальних підприємств до глобальних ланцюгів створення вартості, зростанню експорту та підвищенню зайнятості. Окрім цього, СЕЗ обумовлюють появу та розвиток нових галузей промисловості, а також стимулюють науково-технологічний трансфер. Спеціальні, особливі, вільні економічні зони (ВЕЗ) в КНР стали однією з ключових складової «китайського економічного дива», в приклад, як одні з найефективніших у світі.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідження проблем створення і функціонування вільних економічних зон в Україні проводили такі вчені, як: О. І. Амоша, М. Г. Білопольський, Д. Б. Лук'яненко, Ю. В. Макогон, І. Л. Сазонець, Н. В. Стукало. Однак практичне функціонування ВЕЗ в сучасних умовах, необхідність розробки шляхів їх розвитку та функціонування потребує подальшого аналізу досвіду використання режиму вільних економічних зон в країнах Азії та Європи для імплементації в майбутньому на території України.

Формулювання мети. Метою є дослідження досвіду КНР з використання СЕЗ як механізму залучення прямих іноземних інвестицій і формування сприятливих умов ведення бізнесу та виокремлення складників успіху, які можливо застосувати в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наприкінці 70-х років Китай був ізольованою від зовнішнього світу, слаборозвиненою країною у стані глибокої кризи. Тому в 1978 році Комуністична партія КНР на чолі з Ден Сяопіном прийняла рішення про необхідність глибоких структурних економічних реформ. У 1979 році була прийнята політика відкритих дверей, яка передбачала відкриття частини китайської економіки для іноземного капіталу шляхом запуску чотирьох пілотних спеціальних економічних зон: Шеньчжень, Чжухай, Сямень, Гуандун, куди мав надійти іноземний капітал на спеціальних умовах [3, с. 83]. Пілотні СЕЗ продемонстрували позитивний ефект у нагромадженні інвестицій та у нарощенні промислового виробництва, тому в межах реалізації регіональної політики уряд відкрив ще спеціальні економічні зони у 14 приморських містах від Даляня до Бейхая. Ці території стали зонами техніко-економічного розвитку (ЗТЕР).

Метою створення таких зон є вирішення стратегічних завдань країни або окремих регіонів. З пріоритетних цілей ВЕЗ в Китаї можна виділити наступні:

- максимальне залучення іноземного капіталу, передових техніки і технологій, створення підприємств в наукомістких галузях промисловості;
- розвиток зовнішньоекономічної діяльності та забезпечення більш широкого включення країни в міжнародний географічний поділ праці, збільшення експорту та валютних надходжень;
- використання ВЕЗ як шкіл передового досвіду у функціонуванні сучасного виробництва та управління ним для всієї решті території Китаю;

- підйом соціально-економічних умов у СЕЗ до рівня, досягнутого в Гонконзі, Сінгапурі та інших НІС Азії;
- використання дешевої і надлишкової робочої сили, яку має Китай [4].

Відмінною рисою СЕЗ є автономія місцевої влади від центрального уряду у вирішенні таких питань, як установа підприємств з іноземною участю, встановлення для іноземних вкладників різного роду пільг у сплаті прибуткового податку, спрощення процедури отримання віз.

Для заохочення ведення бізнесу на території СЕЗ створюються спеціальні умови, серед яких можна виділити:

- 1) інвестиції нерезидента – мінімум 25 % статутного капіталу;
- 2) встановлений ліміт ПП у об'єкти СЕЗ – 50 млн дол. США;
- 3) податкові канікули на 5 років з повним/частковим звільненням від сплати податку на прибуток;
- 4) 0 % імпортного мита на обладнання, яке ввозить нерезидент за рахунок частки у капіталі;
- 5) максимальні терміни оренди землі – від 70 років для будівництва житла до 40 років для об'єктів туризму/розваг [2].

За роки функціонування СЕЗ в Китаї щорічний приріст валового регіонального продукту (ВРП) становить 6–10 % (залежно від типу зони), понад 40 % високотехнологічного експорту припадає на ЗТЕР, а також концентрація іноземного капіталу становить понад 70 %.

За цей час в Китаї сформувалася така складна багатоступенева система вільних економічних зон, подібної якої немає ні в одній іншій країні світу. Хоча цікавим є той факт, що в Китаї досі немає єдиної законодавчої бази, яка контролює діяльність подібних зон. Кожна з них затверджується окремими постановами, а загальну координацію здійснює спеціальна міжвідомча комісія, куди входять представники різних міністерств, валютних управлінь та силові органи.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що грамотне використання режиму вільних економічних зон – від ідеї

створення до повної реалізації – коли враховані всі важливі моменти, включаючи розташування ВЕЗ, наявність недорогої кваліфікованої робочої сили, сприятливого податкового та митного режиму, добре організовану інфраструктуру і максимальні зусилля держави по скороченню корупції та бюрократії призводить до дуже позитивних результатів, спочатку для окремого регіону де заснована і працює ВЕЗ, а пізніше – для всієї держави.

Впровадження китайського досвіду в українську економіку є доречним. Україна має негативну історію розвитку вільних економічних зон, яку супроводжували непрозорий процес надання пільг та корумпованість, які обумовили зловживання пільговим режимом з боку підприємств; відсутність механізму прийняття рішень в СЕЗ; брак державного контролю за діяльністю СЕЗ, що призвело до масового порушення податкового та митного законодавств. Однак створення умов для ефективного функціонування спеціальних економічних територій може забезпечити значний економічний ефект.

Список використаних джерел

1. Величко Н. М., Франко Л. С. Вільні економічні зони: Європейський досвід: зб. ма. XI Міжнар. наук.-практ. конф. «Problems of the development of science and the view of society» (21–24 березня 2023 р.), Грац, Австрія. URL: <https://isg-konf.com/uk/problems-of-the-development-of-science-and-the-view-of-society/> (дата звернення: 1.04.2023).
2. Дроботюк О. В. Роль спеціальних економічних зон у політиці реформ та відкритості КНР. URL: <https://sinologist.com.ua/drobotyuk-o-v-rol-spetsialnyh-ekonomichnyh-zon-u-politytsi-reform-ta-vidkrytosti-knr/> (дата звернення: 1.04.2023).
3. Кузнєцова Н. В., Бабич А. О. Спеціальні економічні зони як механізм залучення ПІІ в Китай. Науковий вісник Ужгородського університету. 2020. № 33. С. 82–86.
4. Рублевський В. Вільні економічні зони – складова китайського економічного дива. URL: <https://whiswh.com/uk/4980-vilni-ekonomichni-zony-skladova-kytajskego-ekonomichnogo-dyva-04/> (дата звернення: 1.04.2023).

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ КОМПАНІЇ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ: ДОСВІД «STARBUCKS CORPORATION»

Є. П. Шульженко, здобувач вищої освіти 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за бакалаврським рівнем вищої освіти
В. І. Клименко, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Розкрито наукові підходи до розуміння стратегій виходу компанії на міжнародний ринок, досліджено позитивний досвід реалізації таких стратегій на прикладі компанії «Starbucks Corporation», яка є лідером серед мереж кав'ярень на світовому ринку. Проаналізовано альтернативні стратегії, які компанія «Starbucks Corporation» може використовувати при виході на український ринок.

Ключові слова: міжнародна стратегія, стратегія виходу, транснаціональні компанії, міжнародний досвід

IMPLEMENTATION OF THE COMPANY'S STRATEGY FOR ENTERING INTERNATIONAL MARKETS: THE EXPERIENCE OF "STARBUCKS CORPORATION"

Abstract. The research provides a concise overview of a scientific article on the strategies used by companies to enter international markets. The study uses Starbucks Corporation as a case study to investigate successful implementation of such strategies. The research evaluates alternative strategies for the company's entry into the Ukrainian market.

Keywords: international strategy, exit strategy, transnational companies, international experience.

Постановка проблеми. Сьогодні, завдяки глобалізації, все більше компаній перетинають кордони держав у своїй бізнес-діяльності. Міжнародна експансія виявляється життєво важливою для здатності компанії виживати в складному глобальному конкурентному середовищі. Загалом, причинами, чому компанії

вирішують вийти на міжнародний рівень, є потенційне зростання продажів, диверсифікація як спосіб зниження ризиків, доступ до нових ресурсів, включаючи працівників, виробничі ресурси та ідеї. Дослідження стратегії виходу на зовнішній ринок є дуже актуальним для бізнесу у зв'язку з посиленням глобалізації світової економіки та зростанням конкуренції на ринку. Правильно спроектована стратегія дозволяє компанії успішно втілити свої плани в життя та здійснити успішний вихід на зовнішній ринок, забезпечивши собі стабільне фінансове забезпечення та розвиток.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню стратегій виходу на нові ринки присвячені наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених. Так, Закрижевська І. В., Полозова В. М. розглядають основні складові виходу підприємства на зовнішній ринок, досліджують основні мотиви та стратегії підприємств, а також бар'єри, що перешкоджають виходу підприємств на міжнародну арену [1]. Ліпич Л. Г., Фатенок-Ткачук А. О. досліджують стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки визначаючи важливість детального аналізу діяльності фірми, її потенціалу, конкурентоспроможності продукції для визначення найбільш доречної стратегії виходу [3].

Формулювання мети. Метою статті є вивчення досвіду реалізації стратегій виходу компанії на міжнародні ринки на прикладі компанії «Starbucks Corporation».

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія виходу іноземної компанії на ринок є планом дій, який визначає оптимальний спосіб вступу на новий ринок. Це може включати в себе вибір стратегії, наприклад, чи бути прямим інвестором або використовувати дистриб'юторів, а також визначення продуктів та послуг, які будуть запропоновані на новому ринку, вивчення споживачів та конкурентів і оцінку ризиків інвестування на новому ринку. Популярним інструментом побудови міжнародної стратегії виходу компанії на нові ринки є матриця Bartlett & Ghoshal – основа для визначення типу міжнародної стратегії, якої дотримується бізнес, на основі двох критеріїв: глобальної інтеграції та локальної чуйності (табл. 1). Високий рівень

глобальної інтеграції означає, що бізнес хоче максимально скоротити витрати за допомогою стандартизованих продуктів і ефекту масштабу. З іншого боку, високий рівень місцевої чуйності вказує на тенденцію бізнесу адаптувати свої продукти та послуги до місцевих потреб. Ці два чинники створюють чотири типи міжнародної стратегії: глобальна стратегія, транснаціональна стратегія, міжнародна стратегія, мультинаціональна стратегія [3].

Таблиця 1 – Типи міжнародної стратегії [3]

Критерії		Місцева чуйність	
		низький	високий
Глобальна інтеграція	Високий	Глобальна стратегія	Транснаціональна стратегія
	Низький	Міжнародна стратегія	Мультидомашня стратегія

Прикладом до наслідування є досвід компанії «Starbucks Corporation» у реалізації стратегії виходу на міжнародні ринки. Starbucks Corporation – це міжнародна мережа кав'ярень зі штаб-квартирою в Сієтлі, США [2]. Успіх компанії «Starbucks Corporation» у процесі інтернаціоналізації зводиться до культурної уважності та інтенсивного дослідження ринку приймаючої компанії. Під час розширення діяльності за кордоном компанія «Starbucks Corporation» використовує стратегію розповсюдження на кілька країн [2]. Він характеризується низькою інтеграцією та високою чуйністю. Відповідно, компанія адаптує свою продукцію до конкретних потреб місцевих клієнтів. Структура організації є високодецентралізованою, що дозволяє дочірнім компаніям працювати незалежно від головного офісу.

При виході на іноземний ринок компанія «Starbucks Corporation» використовує три стратегії: стратегія дочірніх компаній у повній власності (реалізується, коли компанія має глибокі знання про ринок, наприклад, у США чи Канаді); стратегія спільних підприємств (стає у пригоді, коли компанія «Starbucks Corporation» хоче розпочати бізнес на новому ринку); стратегія

ліцензування (дозволяє мережі кав'ярень швидко розширюватися в певній країні). Серед вдалих прикладів використанні цих стратегій слід виділити приклад Японії, де компанія «Starbucks Corporation» створила спільне підприємство з компанією «Sazaby League Ltd» – місцевим дизайнером і роздрібним продавцем сумок, одягу та аксесуарів, який також керує ресторанами та кав'ярнями під назвою «Afternoon Tea». Партнерство, розпочате в 1995 році, дозволило компанії «Starbucks Corporation» завоювати Японію, зробивши її одним із найефективніших ринків компанії на міжнародному рівні. З 2014 року компанія повністю контролює японську дочірню компанію за 914 млн дол. [2].

Ще один яскравий приклад виваженої стратегії компанії «Starbucks Corporation» – це вихід на ринок Китаю. У Китаї Starbucks дебютувала за ліцензійною угодою з компанією «Beijing Mei Da Coffee Co. Ltd» у 1998 році. У наступні роки компанія розширила свій вплив, створивши спільні підприємства з компаніями «Uni-President Group» і «Mei-Xin International Ltd» для роботи в Шанхай, Гонконг, Шеньчжень, Макао та інші частини південного Китаю [3].

На наш погляд, при завоюванні ринку України, компанія «Starbucks Corporation» повинна ретельно вивчити його та використовувати оптимальну стратегію входу на цей ринок. Серед альтернативних стратегій слід виділити:

1. Франчайзинг: компанія «Starbucks Corporation» може виходити на ринок України через франчайзингову модель, укладаючи угоди з місцевими підприємцями, які забезпечать відкриття кав'ярень з використанням бренду «Starbucks» та його бізнес-моделі. Франчайзі можуть мати певний досвід у галузі громадського харчування та забезпечити експертизу щодо місцевих законів і регуляцій.

2. Прямі інвестиції: компанія «Starbucks Corporation» також може відкрити свої власні кав'ярні в Україні, здійснюючи прямі інвестиції в цю ділянку. В цьому випадку компанія повинна мати знання про місцеві закони та регуляції, а також знати місцевий ринок, аналізуючи його попит на кав'ярні та наявний конкурентний ландшафт.

3. Співпраця з місцевими брендами: компанія «Starbucks Corporation» може вийти на ринок України через співпрацю з місцевими брендами, відкривши кав'ярні під спільним брендом. Це може допомогти зменшити ризик, пов'язаний з необхідністю знання місцевих законів, а також допомогти компанії зайняти своє місце на ринку швидше, використовуючи вже встановлений локальний бренд.

Висновки. Отже, у статті розкрито наукові підходи до розуміння стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок та досліджено реалізацію міжнародної стратегії компанії «Starbucks Corporation», яка є лідером серед мереж кав'ярень на світовому ринку. Проаналізовано можливості та альтернативні стратегії, які компанія «Starbucks Corporation» може використовувати при виході на український ринок.

Список використаних джерел

1. Закрижевська І. В., Полозова В. М. Особливості виходу фірми на міжнародні ринки. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 6. Т. 2. С. 211–215.
2. Інформація офіційного сайту компанії «Starbucks Corporation». URL: <https://www.starbucks.com/> (дата звернення 15.03.2023).
3. Ліпич Л. Г., Фатенок-Ткачук А. О. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку економіки. 2022. С. 146–150.
4. StudyCorgi. Starbucks Company's International Business Strategy. 2022. URL: <https://studycorgi.com/starbucks-companys-international-business-strategy/> (дата звернення 14.03.2023).

COOPERATIVE AS A SOCIAL INSTRUMENT OF ECONOMIC SELF-HELP

Adeniregun Aderinsola Halimat, 4th year Bachelor's Degree student majoring in 292 International Economic Relations educational program "International Business"

Artem Pozhar, PhD in Economics, Associate Professor – scientific advisor

Abstract. The article examines the nature of cooperatives as economic organizations that provide their members with various

goods and services based on mutual aid, non-profitability and democratic principles of election, management and control.

Keywords: cooperatives, cooperative principles, mutual help, self-help help, social economy.

КООПЕРАТИВ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ САМОДОПОМОГИ

Анотація. У статті розглянуто природу кооперативів як економічних організацій, що забезпечують своїх членів різноманітними товарами і послугами на основі взаємодопомоги, неприбутковості та демократичних принципів виборності, управління і контролю.

Ключові слова: кооперативи, кооперативні принципи, взаємна допомога, самодопомога, соціальна економіка.

Problem statement. Provision of people's economic needs in goods and services can be carried out both on a commercial basis and on the basis of cooperative principles of mutual aid, social support, democracy and non-profitability. Founded in the nineteenth century, the first cooperatives demonstrated high efficiency in providing people with goods and services in times of crisis. Nowadays, cooperative movement is very popular in the world. However, not all people, and even not all members of cooperatives, well understand the fundamental difference between a cooperative and a regular business.

Analysis of basic research and publications: Such scientists and researchers as Brundenius, Ortmann, King, Schwettmann and others made a significant contribution to the study of cooperatives' nature and cooperative movement. However, it is the differences between cooperatives and commercial enterprises that deserve further attention.

Abstract purpose is to study cooperatives as a social tool for economic self-help.

Research results. What is self help in cooperatives? Encouraging all within the organization to help each other, by working together to gain mutual benefits. Helping people to help themselves. Coopera-

tive as a social instrument of economic self-help has been an effective tool in boosting the economic prospects of people all over the world. This type of economic model has been used as a way to combat poverty, inequality, and to promote fair and equitable economic systems, as well as to drive economic growth [1].

Cooperatives are organizations that are owned by members, and operate in a democratic fashion, with decisions being made through a consensus process. This allows for members to maintain control and ownership of the organization and its resources. Cooperatives are also self-sustaining and independent, meaning that their profits are kept within the organization, and the profits from their business ventures go directly to their members.

Cooperatives are also beneficial in that they can promote economic development, as well as improve the livelihoods of their members. By pooling resources and providing access to capital and training, cooperatives are able to create a foundation for sustainable economic growth. As well, cooperatives provide an opportunity for individuals to band together, to bring their skills and resources to bear, and to make a collective impact in their communities [2].

Cooperatives also have potential to change the nature of the development agenda, by providing people with the opportunity to exercise their collective voices and influence decision-making processes that are beneficial to their communities. Cooperative as a social instrument of economic self-help has been a powerful tool for economic advancement, providing economic opportunities to marginalized groups, and improving access to resources and training. Ultimately, cooperatives provide an effective tool for collective action, community development, and economic empowerment.

Despite their age, cooperatives are still tools of economics self help when the need for start up business having access to funding began to increase ministries of business, industry, or community development, which also included cooperative units as a component of the ministry. Workers cooperatives have only recently begun to gain popularity among working class people, the majority of whom find it challenging to set aside some of their salaries or wages for emergencies. Previously, co-operatives were believed to be organi-

zations reserved for farmers, small business owners, and other people with extremely low incomes [3]. The problem is that the majority of people are not very knowledgeable about cooperatives or their contribution to global economic empowerment. Cooperatives are now the foundation for small and medium-sized business entrepreneurship. In order to shed more light on the nature, traits, benefits, formulation, and administration of cooperative societies as well as how cooperatives as a helped the economy of countries.

Conclusions. The study further concluded that cooperatives are established for different purposes, including economic development, empowering of marginalised members of communities, to address market failures, as a defence against adverse socio-economic conditions, to access cheap transport and storage facilities and to purchase inputs at affordable prices. The major roles of the cooperatives include poverty reduction, employment creation, improved food security, women empowerment and human capital development.

References

1. Brundenius C. “Help.’ International Labor Organization”, Working Paper. – 2018, № 98.
2. The role of cooperative society on economic development. Web-site <https://sprojectng.com>. URL: <https://sprojectng.com/the-role-of-cooperative-society-on-economic-development/> (дата звернення: 25.03.2023).
3. The global role of cooperatives in the world economy. International Cooperative Alliance. URL: <https://www.ica.coop/en/cooperatives/facts-and-figures>. (дата звернення: 25.03.2023).

CURRENT TRENDS IN INTERNATIONAL PAYMENT SYSTEMS DEVELOPMENT

Emmanuella Tracy Eyram Agbezuge, 4th year Bachelor's Degree student majoring in 292 International Economic Relations educational program “International Business”

Anna Flehantova, PhD in Economics, Associater professor – scientific advisor

Abstract. Global trade and commerce have been made easier and more effective thanks to the development of international payment

systems. Payment methods have changed over time to accommodate the shifting demands of global trade, from the barter system to bills of exchange and telegraphic transfers. The introduction of new technologies in recent years has further transformed payment systems, with real-time payment systems, blockchain-based networks, and mobile payments delivering increased speed, security, and convenience. To be able to successfully navigate this dynamic and quickly changing landscape, it will be crucial for businesses, consumers, and regulators to remain up to date on the most recent trends and innovations as payment systems continue to grow.

Keywords: payment system, international payment systems, global market.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ

Анотація. Завдяки розвитку міжнародних платіжних систем світова торгівля стала легшою та ефективнішою. Методи оплати з часом змінювалися, щоб відповідати мінливим вимогам світової торгівлі, від бартерної системи до переказних векселів і телеграфних переказів. Впровадження нових технологій за останні роки ще більше трансформувало платіжні системи: платіжні системи в реальному часі, мережі на основі блокчейну та мобільні платежі забезпечують підвищену швидкість, безпеку та зручність. Щоб мати можливість успішно орієнтуватися в цьому динамічному та швидко мінливому ландшафті, для компаній, споживачів і регуляторів буде вкрай важливо бути в курсі останніх тенденцій та інновацій, оскільки платіжні системи продовжують розвиватися.

Ключові слова: платіжна система, міжнародні платіжні системи, світовий ринок.

Problem statement. Overall, the current trends in international payment systems are focused on improving speed, security, and efficiency, while also making payment processing more accessible and convenient for businesses and consumers [1].

Developed nations depend on international payment systems for a variety of reasons, and they have become an essential component of global trade and communication. First of all, as a result of globalisation, it is now more important than ever for individuals and enterprises to use international payments when doing business with people abroad. International payment systems are necessary to make cross-border commerce in goods and services possible. Developed nations are frequently important participants in this trade. Also, for tourists who need to make purchases overseas or use foreign ATMs to withdraw cash, international payment methods are crucial. In many cases, international payment systems are more practical than conventional payment methods like checks or money orders since they enable rapid and simple transfers and can be accessible from any location with an internet connection. As a result, the danger of fraud and theft is decreased. They also give people and companies a safe means to transfer money overseas.

Analysis of basic research and publications. The scientific questions of international payment systems development and its modern state were investigated in the works of such scientists: Aleksander Berentsen [6], Fabian Schär [6] and Paola Boel [7].

Abstract purpose. The aim of the article is to research the main modern trends in international payment systems development.

Research results. International payment systems have undergone significant changes in recent years due to the increasing demand for faster and more efficient payment processing. Some of the current trends in international payment systems include:

1) Digital Payment Systems: Digital payment systems are becoming increasingly popular as people are moving away from traditional payment methods like cash and checks. With the rise of mobile payments, consumers can make payments easily and quickly using their mobile devices. Digital payment systems also offer greater security, convenience, and accessibility.

2) Blockchain Technology: Blockchain technology is being used in international payment systems to improve security, transparency, and efficiency. Blockchain technology allows for faster and more secure transactions without the need for intermediaries like banks.

3) Open Banking: Open banking allows third-party providers to access financial information from banks and other financial institutions. This has led to the development of new payment solutions and increased competition in the industry, leading to better services and lower costs for consumers.

4) Real-Time Payments: Real-time payments allow for instant payment processing, reducing the time it takes for funds to be transferred between accounts. Real-time payment systems are being adopted by many countries, and they offer greater convenience, speed, and security for businesses and consumers.

5) Cross-border Payments: Cross-border payments are becoming increasingly important as global trade and e-commerce continue to grow. International payment systems are being developed to facilitate faster and more efficient cross-border transactions, with lower fees and improved security [1].

Here are some of the most used international payment systems in developed countries :

1) Visa: Visa is one of the most widely accepted payment systems worldwide. Visa operates in more than 200 countries and territories and offers a wide range of payment solutions, including credit and debit cards, prepaid cards, and mobile payments.

2) Mastercard: Mastercard is another popular payment system that provides credit and debit cards, prepaid cards, and other payment solutions. Mastercard operates in more than 210 countries and territories and has a large network of merchants and financial institutions.

3) PayPal: PayPal is a popular online payment system that enables individuals and businesses to send and receive payments electronically. PayPal has more than 392 million active users in over 200 markets worldwide.

4) American Express: American Express is a payment system that provides credit cards, charge cards, and other payment solutions to individuals and businesses. American Express is widely accepted in many developed countries and operates in more than 130 countries worldwide.

5) Apple Pay: Apple Pay is a mobile payment system that enables users to make purchases using their Apple devices. Apple Pay is

widely accepted in many developed countries and has partnerships with many financial institutions and merchants.

6) Google Pay: Google Pay is a mobile payment system that enables users to make purchases using their Android devices. Google Pay is widely accepted in many developed countries and has partnerships with many financial institutions and merchants.

International payment systems have become critical for developing-country cross-border commerce. Traditional payment methods, such as checks or money orders, are sometimes problematic or unavailable in these locations, necessitating the use of digital payment systems.

The current trends in international payment systems are heavily influenced by technological advancements, changing consumer behaviour, and evolving regulatory frameworks. One of the major trends is the increasing use of digital payment methods such as mobile payments, e-wallets, and cryptocurrencies. This trend is driven by the convenience and security offered by digital payments, as well as the growing adoption of smartphones and internet connectivity.

Another significant development is the emphasis on enhancing the speed, efficiency, and transparency of cross-border payments. This is being addressed by projects such as the SWIFT global payment innovation (gpi) service, which intends to enhance the speed and traceability of cross-border payments through the use of blockchain technology [4].

Overall, contemporary developments in international payment systems indicate a dynamic and fast evolving landscape driven by technology and changing consumer preferences, as well as a greater emphasis on financial inclusion and regulatory compliance [5].

Conclusions. In conclusion, technological developments, shifting consumer expectations, and legislative changes have all contributed to a dramatic alteration of international payment systems in recent years. New payment networks that allow quicker, more effective, and transparent transactions have emerged as a result of the development of blockchain technology. Banks and payment service providers are investing in new infrastructure and collaborations, which is resulting

in quicker and more cheaper cross-border payments. These developments will probably continue to drive the development of global payment systems, presenting both new possibilities and difficulties for firms, consumers, and authorities.

References

1. Trends in International Payment Services by the Bank for International Settlements. URL: <https://www.bis.org/cpmi/publ/d157.pdf>.
2. 10 Top Payment Systems in Developing Countries. URL: <https://www.thepayers.com/e-payments/10-top-payment-systems-in-developing-countries/773082-26>.
3. Mobile Money in Underdeveloped Countries. URL: <https://www.investopedia.com/terms/m/mobile-money.asp>.
4. McKinsey & Company – Global Payments 2020: Transformation and Convergence. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-payments-2020-transformation-and-convergence>.
5. Bank for International Settlements – Disruption in Payment Systems. URL: <https://www.bis.org/cpmi/publ/d180.htm>.
6. Aleksander Berentsen, Fabian Schär The Case for Central Bank Electronic Money and the Non-case for Central Bank Cryptocurrencies. URL: <https://research.stlouisfed.org/publications/review/2018/02/13/the-case-for-central-bank-electronic-money-and-the-non-case-for-central-bank-cryptocurrencies>.
7. Paola Boel Payment systems – history and challenges. URL: https://www.riksbank.se/globalassets/media/rapporter/pov/artiklar/engelska/2019/190613/er-2019_1-payment-systems--historical-evolution-and-literature-review.pdf.

CREATION AND EVOLUTION OF THE EUROPEAN UNION

Idoko Ilemona Ijeoma, 4th year Bachelor's Degree student majoring in 292 International Economic Relations educational program "International Business"

Artem Pozhar, PhD in Economics, Associate Professor – scientific advisor

Abstract. The formation and evolution of the European Union from the pre-war to the war and the post war. What were the

circumstances that brought the EU into existence? What establishments were made by countries to establish the EU. Treaties and agreements that were formed that paved way for the creation of the European Union.

Keywords: EU, European Union, The Second World War.

СТВОРЕННЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Анотація. У статті розглянуто створення та еволюція Європейського Союзу, починаючи з періоду до Другої Світової Війни, продовжуючи воєнним періодом і закінчуючи періодом післявоєнним. Розглянуто обставини, що призвели до появи Європейського Союзу. Проаналізовано угоди, які проторували шлях до створення Європейського Союзу.

Ключові слова: ЄС, Європейський Союз, Друга Світова Війна.

Problem statement. The European Union did not just appear, neither was the Union formed out of free will. The reasons that paved way for the creation of the EU have been discredited. The reasons bring forth the question that can the EU still stand strong? Is the EU still evolving? What were the actual grassroots for the creation of the EU? Have those grassroots problems been identified and tackled?

Analysis of basic research and publications. The evolution of the EU, its pre, post and present day has been studied in years by different authors. Urwin, D. W. [1] examined and illustrated how the world war II impacted on Europe and how it led to the Unification of Europe. He explained why the unification of Europe was necessary and gave in details the cause of the World War II. In their book “the European steel and coal community”, I. Glockner and B. Rittberger emphasized on this treaty, why it came about to be, the advantages of this agreement. This book explained more about the aftermath of war and how Europe sat back and established a unification among themselves to evolve as a continent [2]. B. Shaev in his book “Workers’ Politics, the Communist Challenge, and the Schuman Plan” this described in details the Schuman plan which was among the treaties that was a foundation for the European Union [3].

Abstract purpose. the goal is to dive deeper into the creation of the EU, see the issues faced by Europe that led to the formation of the European union.

Research results. The World War II was an awful occasion with significant results for Europe. The war started on 1st September, 1939, when Germany attacked Poland. The war endured six a long time in Europe, Africa and Asia, slaughtering approximately 70 million individuals around the world. The war had a negative effect on the economies, frameworks and social structures of most European nations. The Soviet Union picked up an overwhelming position, started the Cold War, and had a major effect on legislative issues. It too driven to the creation of a universal organization, the Joined Together Countries, which pointed to anticipate modern world clashes and advance quiet participation between countries. The World War II had a significant effect on Europe and formed long-term of the landmass. In spite of the devastation and misfortune of lives, this sad strife has brought approximately indeed more changes all through the landmass. This war fortified participation between European nations and laid the establishments for bigger issues and ventures that in the long run driven to the creation of the European Union we know nowadays [1].

What was the drive to the foundation of the European Union? The creation of the European Union (EU) could be a long-term prepare impacted by many factors. As said over, one of the most causes were the pulverization caused by the World War II in Europe. The devastation and misfortune of lives caused by the war has made European nations mindful that they have to be look for ways of cooperating in anticipating future clashes. After the Moment World War, the concept of a bound together Europe was examined for the primary time, and the European Union for Coal and Steel was set up in 1921, with Belgium, France, Italy, Luxembourg, the Netherlands and West Germany being individuals. It was the primary step towards the country's financial integration and brought about within the foundation of the European Financial Community (EOC) in 1957. The ECE's objective is to set up a common advertise and a traditions union that permits the free development of products,

administrations, capital and individuals. With the section of time, the EU has got to be an intersection of financial participation.

The 1992 Maastricht Settlement built up the European Union, as we know it nowadays, with the point of building up a political union between its part states. Since at that point, the EU has developed into 27 nations and has ended up an imperative player on the world organize. The foundation of the European Union isn't a single occasion, but an arrangement of steps propelled by the want for peace, solidarity and participation among European nations [4].

Robert Schuman proposed France, Germany and other European nations will participate in joining coal and steel generation. On the other hand, the Schuman Affirmation called for modern shapes of worldwide participation based on common sway standards [2]. Numerous European nations invited the Statement and the 1951 Paris Settlement built up the European Coal and Steel Community to bind together France, Germany, Italy, Belgium, the Netherlands and Luxembourg.

The ECSC was the primary step towards European integration and cleared the way for afterward activities pointed at advancing participation and solidarity between European nations. The ECSC pointed to dispose of competition and pressures that had driven to the wars by combining coal and steel generation. The ECSC has moreover set up a common advertise for coal and steel, evacuated traditions obligations and other obstructions to exchange, and ensured the same costs for all individuals. The victory of the European Community backed more noteworthy financial and political participation between its part states.

In 1957, six nations marked the Rome Arrangement, which set up the European Financial Community (EFC) and the European Nuclear Vitality Community (EVC). The Arrangement of Rome of 1957 established the European Financial Community, checking a turning point within the advancement of the European Union. The Settlement set up the European Financial Community (EC) with the point of making a common showcase between Part States.

The 1986 single European law was a critical step within the foundation of the European Union and broke the obstructions to the establishment of the single advertise.

Its main objective is to set up a single showcase for the European Community, expelling boundaries to the free development of merchandise, administrations, people and capital.

The single European law is a critical step towards a more coordinates and coherent Europe, and the presentation of the euro will advance fortify the financial relations between part states.

The Single European Act and the Natural Arrangement of the European Financial Community. The foundation of a single advertise is not without challenges, but a vital accomplishment within the history of the European Union, which illustrates the points of interest of cooperation and integration towards accomplishing common targets.

One of the foremost vital accomplishments of the Maastricht Settlement was the presentation of the single currency Euro within the European Union.

Conclusions. In today`s fast-changing world, where new challenges are faced daily, the importance of the unification of Europe cannot be exaggerated. Today, the EU has become one of the most powerful countries` integration, and we have examined how it has evolved from pre-war to post-war and from Europe as a whole before war.

References

1. Urwin D. W. A political history of Western Europe since 1945. Taylor & Francis. 1997.
2. Glockner I., Rittberger B. The European Coal and Steel Community (ECSC) and European Defence Community (EDC) Treaties. 2012.
3. Shaev B. Workers` Politics, the Communist Challenge, and the Schuman Plan: A Comparative History of the French Socialist and German Social Democratic Parties and the First Treaty for European Integration. *International Review of Social History*. 61(2), 251–281.
4. Kenton W. Maastricht Treaty: Definition, Purpose, History, and Significance. Retrieved March 28, 2023, URL: <https://www.investopedia.com/terms/m/maastricht-treaty.asp>.

INTERNAL CONTRADICTIONS AND PROBLEMS OF MODERN ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE EU

Mohamed Sadok Ben Romdhane, 4th year Bachelor's Degree student majoring in 292 International Economic Relations educational program "International Business"

Viktoriia Strilets, Doctor in Economics, Associate Professor – scientific advisor

Abstract. The main role of the European Union in the development of member countries was analyzed. Among the key problems that prevent the balanced economic growth of the EU countries, the following are highlighted: economic inequality; high levels of public debt; slow economic growth; demographic challenges; Brexit; environmental challenges.

Keywords: EU countries, European Union, economic development of the EU; demographic challenges; Brexit; environmental challenges.

ВНУТРІШНІ ПРОТИРІЧЧЯ ТА ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЄС

Анотація. Проаналізовано головну роль Європейського Союзу в розвитку країн-членів. Досліджено ключові проблеми, які перешкоджають збалансованому економічному зростанню країн ЄС: економічну нерівність; високий рівень державного боргу; повільне економічне зростання; демографічні виклики; Brexit; екологічні виклики.

Ключові слова: країни ЄС, Європейський Союз, економічний розвиток ЄС; демографічні виклики; Brexit; екологічні виклики.

Problem statement. The modern economic development of the EU is crucial for promoting growth, enhancing competitiveness, addressing global challenges, ensuring social welfare, and promoting peace and stability.

Analysis of basic research and publications. The significant changes in various aspects of social and economic life in EU

countries can be attributed to a combination of factors such as the rapid advancement of Industry 4.0, the aftermath of the global pandemic crisis, and the reported effects of the war in Ukraine in recent years.

The latest works of both Ukrainian (for example Pedchenko N., Strilets V., and Franko L. examine the EU experience in state support for the digitization of small and medium-sized enterprises [2]) and foreign scientists (Brodny J., Tutak M. Made the analyse of the Level of Digitalization among the Enterprises of the European Union Member States and Their Impact on Economic Growth [3]) are devoted to these problems. The European Commission constantly monitors the economic development of EU member states, which is reflected in numerous statistical and analytical reports [3].

Abstract purpose. The main goal is to research the internal contradictions and problems of modern economic development of the EU.

Research results. The European Union (EU) is a political and economic union of 27 member states located primarily in Europe. It was established by the Treaty of Maastricht in 1993 and has since grown to become one of the largest and most influential international organizations in the world. The EU operates as a single market with free movement of goods, services, capital, and people among its member states, and it has its own currency (the euro) and central bank (the European Central Bank). The EU also has several institutions, including the European Parliament, the Council of the European Union, the European Commission, the Court of Justice of the European Union, and the European Council, which work together to shape EU policies and ensure the effective functioning of the union. The EU's main objectives are to promote economic and social progress, ensure peace and stability, and promote the values of democracy, human rights, and the rule of law.

There are several internal contradictions and problems facing the modern economic development of the European Union (EU):

Economic inequality: The European Union (EU) is home to a diverse range of countries, with different levels of economic development. While some countries have seen significant economic

growth and development over the years, others continue to struggle with poverty and inequality. According to the European Commission, the top 20 % of the population in the EU-27 earn five times more than the bottom 20 %. The income gap has widened over the past decade, particularly in Southern and Eastern Europe [1]. Youth unemployment is another pressing issue in many EU countries, particularly in Southern and Eastern Europe. In 2021, the youth unemployment rate in Greece was 34,6 %, while in Spain it was 38,8 %. High levels of youth unemployment can lead to social exclusion, poverty, and a lack of opportunities for young people [1].

High levels of public debt: Many EU member states have high levels of public debt, which can limit their ability to invest in infrastructure and other projects that could boost economic growth. High levels of public debt can lead to increased borrowing costs for countries. When investors become concerned about a country's ability to repay its debt, they demand higher interest rates to compensate for the risk. This can make it more expensive for countries to borrow money, which can put a strain on public finances. The burden of public debt is not evenly distributed across EU countries. Some countries, such as Greece and Italy, have extremely high levels of debt relative to their GDP. In 2020, Greece had a debt-to-GDP ratio of 205,6 %, while Italy had a debt-to-GDP ratio of 155,6 %. This can create tensions between countries and hinder cooperation on economic and financial issues.

Slow economic growth: Despite efforts to stimulate economic growth, many EU member states continue to experience slow growth rates, particularly in southern and eastern Europe. This has led to high levels of youth unemployment and other social and economic problems.

Demographic challenges: The EU is facing demographic challenges, including an aging population, and declining birth rates, which could impact future economic growth.

Brexit: The UK's decision to leave the EU has created uncertainty and instability, particularly in the areas of trade and investment. This could have a negative impact on the EU's economic development in the coming years.

Environmental challenges: The EU is facing significant environmental challenges, including climate change, pollution, and resource depletion. Addressing these challenges will require significant investments and policy changes that could impact economic development in the short term.

Conclusions. Overall, these internal contradictions and problems highlight the need for the EU to focus on sustainable and inclusive economic development, which considers the needs and challenges of all member states and their citizens.

References

1. European Commission data base. URL: https://commission.europa.eu/index_en (дата звернення 10.03.2023).
2. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю., Франко Л. С. Міжнародний досвід державної підтримки діджиталізації малого та середнього підприємництва : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2022. 141 с. URL : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/12493>
3. Brodny J., Tutak M. Analyzing the Level of Digitalization among the Enterprises of the European Union Member States and Their Impact on Economic Growth. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. 2022. Vol. 8, Issue 2. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853122000117> (дата звернення: 10.03.2023).

THE NATURE OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS AND BASIC STAGES OF THEIR EVOLUTION

Tendo Karen Ssemakula, 4th year Bachelor's Degree student majoring in 292 International Economic Relations educational program "International Business"

Artem Pozhar, PhD in Economics, Associate Professor – scientific advisor

Abstract. The influence of corporations on the world economy is difficult to overestimate. Their share in many areas of production, provision of services, extraction, investment, scientific and technical research and development is often more than 50 % or even 90 %. Corporations exert not only significant economic, but also political,

cultural and social influence on the societies of various countries. The attitude towards their activities, accordingly, is often ambiguous. Given the extreme importance of these business entities, the chosen research topic is relevant and worthy of study.

Keywords: corporation, transnational corporation, TNC, global economy.

ПРИРОДА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ТА ОСНОВНІ СТАДІЇ ЇХ ЕВОЛЮЦІЇ

Анотація. Вплив корпорацій на світову економіку важко переоцінити. Їх частка у багатьох сферах виробництва, надання послуг, видобування, інвестування, науково-технічних досліджень та розробок часто становить понад 50 % або навіть 90 %. Корпорації здійснюють не лише значний економічний, але і політичний, культурний та соціальний вплив на суспільства різних країн. Ставлення до їх діяльності, відповідно, часто є неоднозначним. З огляду на крайню важливість цих суб'єктів господарювання, обрана тема дослідження є актуальною і такою, що заслуговує на вивчення.

Ключові слова: корпорація, транснаціональна корпорація, ТНК, глобальна економіка.

Problem statement. Transnational corporations are among the world's biggest economic institutions. A rough estimate suggests that the 300 largest TNCs own or control at least one-quarter of the entire world's productive assets, worth about 5 trillion USD. TNCs' total annual sales are comparable to or greater than the yearly gross domestic product of most countries. Partly as a result of their size, TNCs tend to dominate in industries where output and markets are oligopolistic, or concentrated in the hands of a relatively small number of firms.

Analysis of basic research and publications. The transnational corporations have been with us for much longer. S. Hymer who developed the first theory of the international firm dates the modern transnational to after the Second World War. P. Drucker researched corporations in the context of global economy. T. Biersteker analysed the perspectives of international corporations.

Abstract purpose is to study the nature of transnational corporations and the main stages of their evolution.

Research results. A transnational corporation is an enterprise that is involved with the international production of goods or services, foreign investments, or income and asset management in more than one country. It sets up factories in developing countries as land and labour are cheaper there.

Transnational corporations share many qualities with multinational corporations, with the subtle difference being that multinational corporations consist of a centralized management structure, whereas transnational corporations generally are decentralized, with many bases in various countries where the corporation operates [1]. While traditional multinational corporations are national companies with foreign subsidiaries, [2] transnational corporations spread out their operations in many countries to sustain high levels of local responsiveness [3].

A transnational corporation operates substantial facilities, does business in more than one country, and does not consider any country its corporate home. One of the significant advantages of a transnational company is that they can maintain a greater degree of responsiveness to the local markets where they maintain facilities [4].

Corporations have existed since the beginning of trade. From small beginnings they assumed their modern form in the 17th and 18th centuries with the emergence of large, European-based enterprises, such as the British East India Company. During this period of colonization, multinational companies were seen as agents of civilization and played a pivotal role in the economic development of Asia, South America, and Africa. By the end of the 19th century, advances in communications had linked world markets more closely, and multinational corporations were widely regarded as instruments of global relations through commercial ties. While international trade was interrupted by two world wars in the first half of the twentieth century, an even more closely bound world economy emerged in the aftermath of this period of conflict [5].

Over the last 20 years, the perception of corporations has changed. As they grew in power and visibility, they came to be

viewed in more ambivalent terms by both governments and consumers. Almost everywhere in the world, there is a growing suspicion that they are not sufficiently attuned to the economic well-being of the communities and regions they operate in and that they seek to exploit their growing power in relation to national government agencies, international trade federations and organizations, and local, national, and international labour organizations [5].

Conclusions. Transnational cooperations have a few national influences when it comes to political affairs over most countries in the world like particularly those in the less-industrialised world, has not been manifest solely in sheer economic power or manipulative price transfers.

References

1. Biersteker T. “Distortion of Development? Contending Perspectives on the Multinational Corporation”, 2022.
2. Drucker P. “The Global Economy and the Nation-State”. *Foreign Affairs*. – 1997. 76 (5): 159–171.
3. Case study: The Relationship between the Structure/Strategy of Multinational Corporations and Patterns of Knowledge Sharing within them (PDF). Oxford University Press. 2019.
4. What is transnational company? definition and meaning. *Business Dictionary.com*.
5. The Evolution of the Modern Corporation. *Strategic Management*. – URL: oregonstate.education.

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ
ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В
УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ
ТРАНСФОРМАЦІЇ**

МАТЕРІАЛИ

наукової конференції здобувачів вищої освіти і молодих
учених спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

(м. Полтава, 14 квітня 2023 року)

Дизайн обкладинки *Т. А. Маслак*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 5,2.
Зам. № 294/2011.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Ковалю, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.