

- індивідуалізація контенту; залучення споживачів у створення продукту.



Рис. 1. Зміст інтернет-маркетингу в системі управління підприємством

Інтернет-маркетинг розвивається з кожним днем, і цьому сприяє зацікавленість аудиторії та підприємств новими шляхами комунікації. Також конкуренція за оригінальний контент, який допомагає виділити саме даний продукт серед товарів-субститутів (взаємозамінні, здатні задовольнити одні й ті ж потреби покупців[3]). Легкий доступ до інформації про продукцію, зменшення витрат на маркетингові дослідження, збільшення користувачів Інтернет-ресурсами, змога розширення клієнтської бази підприємства.

Література:

1. Цифровий звіт 2021: глобальний оглядовий звіт : сайт URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
2. Ляшенко Г. П., Моткалюк Р. В. Інтернет-маркетинг та його інструменти. *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право)*. 2013. № 3. С. 60-64
3. Технічна енциклопедія. TechTrend : сайт URL: <http://techtrend.com.ua/index.php?newsid=8852>

ЕТАПИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

Корінчевська А.О.
Науковий керівник: Нікітіна А.В., к.е.н., доцент
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Характерною рисою сучасного етапу розвитку міжнародних економічних відносин є зростання активності у сфері інвестицій. Різноманітність операцій та інструментів на міжнародному фінансово-кредитному ринку дає змогу реалізувати широкий спектр розміщення та вкладання коштів незалежно від валюти та країни походження. Саме тому провідне місце в системі інвестування сьогодні займають міжнародні інвестиції. Світова практика показує, що без залучення іноземного капіталу неможливо проводити структурні зміни в економіці країни, підвищити рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку [1].

Міжнародна інвестиційна діяльність пов'язана з експортом та імпортом капіталів, послуг, технологій, створенням спільних підприємств, здійсненням проектів разом з іншими державами, з інтеграційними процесами у різних сферах [2].

Міжнародне інвестування створюється за допомогою як економічних, соціальних заходів, так і юридичних норм, що є невід'ємним складником інвестиційного законодавства держави, яка приймає капітал іноземних інвесторів [3]. Найбільш популярними інструментами серед урядів як у країнах базування, так і в країнах, що приймають, є:

надання державних гарантій як країною базування, так і країною, що приймає;

страхування іноземних інвестицій, яке може здійснюватись державними та приватними агентствами;

уникнення подвійного оподаткування прибутку підприємств із іноземними інвестиціями;

адміністративна і дипломатична підтримка, іноземні інвестори є об'єктом державного опікування з боку органів влади країни базування [2].

До першого етапу міжнародної інвестиційної діяльності відносять експорт. Він виникає через прихід надлишку продукції, що має регулярне відновлення без довгострокових зобов'язань. Відносини між іноземними партнерами є суто комерційними.

На другому етапі – контрактній стадії, фірма для стабілізації збуту схиляється до більш тривалих зв'язків. Довгостроковий контракт з імпортером укладають на підставі ліцензії чи франшизи.

Франшиза (або франчайзинг) це договірна система збуту послуг і товарів споживання у сфері маркетингу. Ця система передбачає дострокові відносини, за яких франшизер надає іншій фірмі можливість впровадити певний бізнес на обмежену територію за умовою дотримання встановлених правил під певною маркою. Покупець франшизи сплачує суму, встановлену франшизером, плюс відрахування від продажу, натомість отримує можливість використання комерційної марки та підтримку і передачу досвіду на постійній основі.

На третьому етапі міжнародної інвестиційної діяльності – стадії участі – пряме інвестування і контроль за партнером переходить до фірми, тим самим створюючи асоційовані компанії за кордоном – змішані компанії за допомогою участі місцевого капіталу і спільні підприємства, що утворюються двома чи

декількома фірмами. Компаніями переважного володіння називають змішані компанії, в котрих іноземний інвестор володіє більше ніж 50% акцій.

На стадії прямого інвестування в контрольовану філію – коли пайова участь ймовірно стане абсолютною, фірма матиме змогу володіти 100% капіталу іноземної філії.

Стадію автономної філії (дочірня компанія) можна характеризувати переходом іноземних філій на автономний розвиток, спираючись на національні кадри та капітал.

Останній етап, характерний і для нашого часу – це стадія глобальної фірми – транснаціональної компанії (ТНК).

Однією з сучасних форм інвестування є лізинг, який широко застосовують в практиці міжнародної діяльності.

Лізинг – це договір про оренду засобів виробництва, устаткування, інвентарю чи нерухомого майна спеціального призначення на визначений термін за встановлену плату з подальшим викупом за вартістю, яка залишилася по завершенню терміну оренди. Лізинг дозволяє фінансувати рухоме чи нерухоме майно, або придбання торгово-промислового підприємства як сукупності майнових і немайнових елементів.

Отже, міжнародна інвестиційна діяльність посідає особливе місце у системі сучасного міжнародного бізнесу.

Література:

1. Мойсеєнко І. П. Інвестування: навчальний посібник. URL: http://pidruchniki.com/14170120/investuvannya_osnovi.

2. Гронтковська Г. Е., Ряба О. І., Венцурик А. М., Красновська О. І. Міжнародна економіка. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 384 с.

3. Нікітіна А. В. Розвиток теоретичних основ процесу інвестування в умовах глобальної невизначеності і ризику. *Регіональна бізнес-економіка та управління* : наук. вироб.-практ. журн. 2018. № 1(57). С. 33-40.

КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Костяниця Д.О.

*Науковий керівник: Вербицька В.І., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Діяльність страхової компанії пов'язана з численними ризиками, а тому розробка обґрунтованої їх класифікації ризиків має важливе значення, оскільки це є необхідною передумовою для побудови карти ризиків. Вивчення літературних джерел дозволило з'ясувати відсутність єдиного підходу до класифікації ризиків страхової компанії.

На думку Слепухіної Ю. Е. ризики страхових компаній поділяються на ті, що пов'язані зі страховою діяльністю (ризик андеррайтингу, перестраховування, формування та розміщення страхових резервів та ін.), та ті, що з нею не