

UK 81,2; Denmark 81,2. Thus we reach the conclusion that 6 countries with the most index of globalization within KOF are within the first 10 countries with the most competitive economies of the world.

Literature:

1. Globalization index. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/kof-globalizati-on-index/info>.
2. Competitiveness index. URL: <https://www.weforum.org/reports/how-to-end-a-decade-of-lost-productivity-growth>.

ВПЛИВ НА СВІТОВИЙ БІЗНЕС ТОРГОВОЇ ВІЙНИ МІЖ США ТА КИТАЄМ

Колісник В.В.

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

Негативні наслідки від напружених відносин урядів США і Китаю позначаються не тільки на безпосередніх країнах-учасниках цього конфлікту, але і на всій світовій економіці. В межах цієї роботи автор має спробу визначити проблеми, з якими стикаються головні учасники ринку, а саме найбільші бізнес-компанії світу.

Отже, найбільш значущими фактами торгової війни США та Китаю є наступні. За минулий рік ці означені дві найбільші економіки світу ввели мільярдні обопільні мита на імпортовані товари. Конфлікт почав зароджуватися ще в 2016 році, коли в ході передвиборної кампанії чинний президент США Дональд Трамп неодноразово критикував торгові відносини з Китаєм. Ставши президентом, Трамп ініціював розслідування про крадіжку інтелектуальної власності США Китаєм (що пізніше підтвердилося), а також звинуватив КНР в недобросовісній торговій практиці. Починаючи з 2018 року США ввели тарифи на ряд китайських товарів. Пізніше в КНР відповіли введенням зустрічного мита на американський імпорт. В результаті до вересня 2019 року загальний розмір мит склав: тарифи США на товари з Китаю – понад \$ 360 млрд., тарифи Китаю на товари з США – більше \$ 110 млрд.

Незважаючи на те, що сторони ведуть активні переговори, вони не можуть досягти згоди і скасувати раніше введені мита. Більш того, держави продовжують вводити нові санкції. З 1 жовтня США планують підвищити діючий 25% тариф на деякі китайські товари до 30%. З 15 грудня Вашингтон також має намір ввести нові мита на ряд імпортованої продукції з КНР, включаючи взуття та телефони. У відповідь Пекін планує обкласти податками до 3 тис. американських товарів. У Китаї дотримуються думки, що, вводячи мита на імпорт, США таким чином намагається впливати на економічне зростання КНР. До того ж, завдяки миту можна спонукати споживачів купувати американські товари, роблячи імпортовані аналоги дорожчими.

Однак аграрні лобі і інші представники бізнесу заявили, що таким діями президент, навпаки, погіршує становище американських підприємств. Крім того, в результаті додаткових податків США недоотримують близько \$550 млн. митних доходів на рік.

Китайські підприємці знайшли новий метод обходити торгові мита, просто змінюючи кодування товарів, призначених для ввезення в США. Незважаючи на наявність величезної кількості трудових ресурсів, що є однією з причин привабливості Китаю для світових компаній, зараз спостерігається значний відтік підприємств з країни. Вже восени 2018 року стало відомо, що в зв'язку з торговельною війною між США і Китаєм, а також взаємними санкціями і обмеженнями, близько 70% американських компаній прийняли рішення перенести виробництво з Китаю в інші країни. Одним з головних напрямків для релокації на поточний момент є Таїланд. Місцеві чиновники вже відзначили, що ескалація конфлікту двох супердержав позитивно вплинула на економіку країни. Так, в десятку компаній, які переносять свої виробничі сили в Таїланд, входять: японські технічні гіганти Sony і Sharp, найбільший американський виробник мотоциклів Harley-Davidson і тайванська корпорація Delta Electronics, яка поставляє деталі для продукції Apple. Частина компаній також розглядають як місце для релокації Колумбію. Підприємці вважають, що Угода про вільну торгівлю між країнами Центральної Америки сприятиме пошуку дешевої робочої сили і тісним торговельним зв'язкам.

Однак не всі представники бізнесу готові на даний момент перенести поставки з Китаю. Серед головних перешкод – логістичне питання, рівень трудових навичок і наявність витратних матеріалів, необхідних для виробництва продукції. До того ж, деяким великим корпораціям досі набагато вигідніше тримати виробництво в Китаї. Представники компаній визнали, що навіть з 25% тарифами КНР залишається економічно ефективною завдяки логістиці, величезним трудовим ресурсам і давнім стосункам між китайськими постачальниками і покупцями в США.

У січні 2019 року конгресмени і сенатори США представили законопроекти, спрямовані на заборону експорту продуктів тих телекомунікаційних компаній Китаю, які порушили американські санкції і закони про експорт. Вашингтон також висунув 10 звинувачень проти китайської компанії Huawei, які стосуються порушення комерційної таємниці, а також 13 звинувачень у зв'язку з порушенням санкцій.

За повідомленнями ЗМІ, торгова війна вже обійшлася технічним компаніям в \$ 10 млрд. З 1 вересня на США вводять на китайський імпорт додатковий 15% податок, який відіб'ється на вартості товарів таких брендів, як Apple, LG, Walmart і Best Buy. Раніше представники компанії Apple заявили про те, що нові мита, які були введені адміністрацією, будуть стримувати економічне зростання компанії, а також зроблять компанію менш конкурентоспроможною, особливо в порівнянні з китайськими технологічними компаніями. Інші виробники ноутбуків і великі ІТ-компанії, такі як Dell, HP, Intel і Microsoft, також звертались до уряду щодо даної проблеми.

Ескалація конфлікту між Китаєм і США також може відбитися на великому онлайн-ритейлері Amazon. Більшість торговців гіганта е-комерції почали замислюватися про майбутнє свого бізнесу. Особливо це стосується тих продавців, які закупають недорогі товари в Китаї, а потім продають за завищеною ціною в США. Якщо китайські товари потрапляють під мита, то торговці підвищують їх вартість для того, щоб компенсувати ці тарифи, що значно знижує обсяг продажів. В цілому, за словами експертів Forbes, головна проблема бізнесу зараз – відсутність впевненості [1].

Література:

1. Чем грозит торговая война США и Китая? Какими могут быть последствия? *Etsetera. Інтернет-газета*. URL: <https://etcetera.media/kakimi-neozhidannyimi-posledstviyami-grozit-torgovaya-voyna-ssha-i-kitaya.html>

ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО АЗІАТСЬКОГО РИНКУ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Оруджев Баба Мухтар огли
Науковий керівник: Вербицька В.І., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Азія є одним з регіонів світу, що найбільш швидко розвиваються, маючи в своєму складі 49 країн із загальним населенням в 4,5 млрд. осіб. При цьому половина світових транзакцій в секторі е-комерції доводиться на Китай (так, в День холостяка загальна сума транзакцій склала 39,6 млрд. дол.). Азія лідирує за кількістю мільйонерів, при цьому в регіоні також зростає середній клас. За висновками експертів, протягом наступних 5 років серед нових представників середнього класу 88% складуть вихідці з Азіатсько-Тихоокеанського регіону (зокрема, з Індонезії і В'єтнаму), середній вік яких не перевищить 30 років. За останній час обсяг інвестицій в АТР склав 35 млрд. дол. [1].

Такі великі можливості розвитку не можуть не приваблювати численних підприємців з усього світу, тож слід ретельно аналізувати особливості вищевказаного ринку для успішності ведення свого бізнесу. В якості найбільш, на наш погляд, значущого впливового фактору слід зазначити високий рівень використання мобільних телефонів, оскільки Азія перейшла від десктопних комп'ютерів відразу до використання мобільних телефонів. Наприклад, в Китаї 8 з 10 транзакцій відбуваються за їх допомогою, отже, для залучення азіатських покупців необхідно надати або мобільний додаток, або адаптувати сайт під мобільні пристрої. Спеціалісти також відзначають стрімке зростання е-комерції за рахунок розвитку онлайн-торгівлі, онлайн-туризму, онлайн-медіа. В регіоні відбувається рішення проблем екосистемних послуг. Зокрема, за рахунок стартапів були вирішені численні логістичні проблеми регіону.

Не слід обходити увагою і активне використання цифрових фінансових послуг (у тому числі онлайн та офлайн-платежів). Цього вдалося досягти