

– спрощення процедури ліцензування та поступове зняття бар'єрів між вітчизняним бізнесом та кінцевим покупцем у країнах Євросоюзу тощо;

У сучасних умовах важливим є інтегрування України в світову економіку як рівноправного партнера, що можливо лише за умови кардинального поліпшення структури зовнішньоекономічної діяльності.

Перелік посилань:

1. *Структура и тенденции внешней торговли Украины в 2017 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://odnarodyna.org/content/struktura-i-tendencii-vneshney-torgovli-ukrainy-v-2017-godu/>.*

2. *Экспорт товаров и услуг Украины в 2017 году вырос на 16%, импорт – на 23,3% [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ru/rubric-economy/2404045-eksport-tovarov-i-uslug-ukrainy-v-2017-godu-vyros-na-16-import-na-233.html/>*

3. Кібік О.М. Стратегічні інструменти державної підтримки розвитку експортного потенціалу України / О.М. Кібік, В.О. Котлубай, Ю.В. Хаймінова // Вісник економіки транспорту і промисловості: зб. наук.-практ. ст. / Укр. держ. акад. залізнич. трансп. – Харків: Вид-во УкрДАЗТ, 2017. – Вип. № 58. – С. 32-37.

СУЧАСНА ТИПОЛОГІЯ МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-СИСТЕМ

Д.В. Лиженков, здобувач вищої освіти

К.П. Болдовська, канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Світовий досвід показує, що міжнародна бізнес-діяльність є важливим чинником розвитку економіки. Для суб'єктів господарювання України, як країни з нестабільною політико-економічною ситуацією і такої, що знаходиться в критичному соціально-економічному становищі, ведення міжнародного бізнесу може стати порятунком у цій ситуації. Залучення іноземних інвесторів, вихід на нові ринки і розвиток бізнес-структур усередині і поза країною є основними завданнями для становлення ефективної вітчизняної економіки.

Суб'єктами міжнародного бізнесу виступають усі елементи виробничих відносин, першою чергою безпосередні виробники та їх промислові та комерційні угруповання. Аналіз функціонування останніх доцільно проводити в сукупності з вивченням системи їх економічних інтересів як спонукальних мотивів розширення і поглиблення міжнародних зв'язків у виробництві. Суб'єктами міжнародного бізнесу є державні структури в тих випадках, коли вони виступають безпосередніми учасниками угод (надання урядових замовлень підприємствам, визначення цін, складу пільг при виконанні спеціальних робіт тощо). Державні структури, поряд з міжнародними економічними організаціями, можуть чинити і непрямий вплив на суб'єктів ділових відносин, будучи гарантами здійснення законного бізнесу.

На сучасному етапі розвитку світової економіки переплетення господарських зв'язків переростає в інтеграцію господарських структур на основі розвитку міжнародного бізнесу. Головним організуючим початком цього процесу є, насамперед, інтегровані групові структури – міжнародні компанії.

Міжнародні бізнес-системи (структури) – це бізнес-системи, що є самостійними утвореннями і між якими у зв'язку з міжнародною бізнес-діяльністю виникають міжнародні бізнес-відносини; в той же час вони є суб'єктами міжнародних економічних відносин, які складаються, з одного боку, з національними бізнес-структурами, державними органами, наприклад, країни базування, а з іншого – з міжнародними економічними організаціями.

Бізнес-система міжнародної компанії повною мірою залежить від характеру конкуренції в економічному просторі. Їй властива конкуренція носіїв і виконавців певних функцій, яка суттєво відрізняється від товарної конкуренції, за якої конкурують різні з точки зору якісних властивостей і економічних характеристик, але однакові за своїми споживчими параметрами товари.

У сучасній господарській практиці функціонування міжнародної компанії використовується така типологія міжнародних бізнес-систем:

– бізнес-системи «класичного» (внутрішньо замкнутого типу), в яких єдиний виробничий процес побудований за принципом мінімізації витрат, пов'язаних із здійсненням операцій на ринку. Умовою забезпечення нормального ходу єдиного виробничого процесу є використання внутрішніх джерел компанії;

– бізнес-системи компанії «пустотілого» типу, де всі виробничі функції передаються на контрактній основі стороннім організаціям (умови субпідряду). Економічний ефект, як правило, досягається з самої системи бізнесу. Закони ринку здійснюють прямий вплив на формування зовнішнього і внутрішнього середовища «пустотілої» компанії. Важливо підкреслити, що межі між зовнішнім і внутрішнім середовищем тут фактично відсутні;

– бізнес-системи компанії відкритого типу, відмітною особливістю якої є наявність власного виробництва, в якому реалізується її бізнес-ідея. Відмінні особливості тієї чи іншої міжнародної компанії й є основою її конкурентних переваг;

– бізнес-системи віртуальної компанії, відмітною особливістю якої є відсутність реальних процесів організації, виробництва, реалізації продукції, конкуренції та інвестування. Віртуальне підприємство може виникнути в будь-який час і в будь-якому місці як конкретний відгук на виниклу дану потребу. Всі елементи бізнес-системи віртуальної компанії підпорядковані кінцевому споживачеві віртуального продукту. Він і лише він один визначає споживчі, конкурентні, інвестиційні, організаційні та виробничі засади.

Таким чином, наведена типологія бізнес-систем дозволяє говорити про тотожність профілю міжнародної компанії синергетичного ефекту взаємодії елементів і умов її діяльності в процесах організації, виробництва, реалізації продукції, а також процесів інвестування та конкуренції. Цілком можна поставити знак рівності між прибутком і синергетичним ефектом взаємодії елементів і умов діяльності міжнародної компанії.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН В НАЦІОНАЛЬНУ МОДЕЛЬ ПІДТРИМКИ ЕКСПОРТУ

О.О. Лихолат, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: К.С. Пугачевська, канд. екон. наук

Київський національний торговельно-економічний університет

За умов глобалізації підтримка експорту є одним із напрямів сучасної економічної політики зарубіжних країн. З метою підвищення національної конкурентоспроможності економічно розвинені країни та ті, що розвиваються суттєво активізували інтенсивність і масштаби державного сприяння експорту. Для України дана проблематика особливо актуальна з огляду на її високий рівень зовнішньоторговельної відкритості та у контексті імплементації Угоди про асоціацію з ЄС. Враховуючи вищезазначене, Україна повинна йти у руслі загальносвітових торговельних трендів та адаптуватись до змін, що відбуваються. Експорт-промоушн являє собою державні заходи щодо спрощення процесу реалізації продукції шляхом стимулювання підприємств-експортерів в межах країни і надання їм практичної допомоги за межами країни. До таких заходів слід віднести консультації з питань місцевого законодавства і практики ведення підприємницької діяльності, надання експортних кредитів і гарантій на вигідних умовах, інформаційну підтримку і т.д. Державна підтримка експорту спрямована на зміцнення конкурентоспроможності національних підприємств на міжнародних ринках, створення сприятливих умов для просування інтересів національного бізнесу на зовнішні ринки [4, с.37].

Нині Україна вже почала використовувати досвід інших країн у сфері просування експорту, а саме було розроблено проект створення експортного кредитного агентства (ЕКА). У світі існує близько сотні ЕКА, більшість з яких були відкриті в країнах із перехідною економікою, та країнах, що розвиваються.

Експортно-кредитні агенства зазвичай надають ті послуги, які приватний сектор надавати не бажає. В даній ситуації завданням держави є заохочення приватного сектору до кредитування експорту. За експертними оцінками, у середньому діяльність ЕКА може забезпечити додатково 12% приросту експорту країни, а один додатковий долар бюджету ЕКА – приблизно 302 дол. США додаткового експорту (при цьому є відмінність за регіонами, зокрема в ОЕСР відповідний показник становить 160 дол. США).

Для імплементації європейського досвіду у вітчизняну модель просування українського експорту необхідно проаналізувати системи підтримки експорту у провідних країнах Європи та обрати найбільш оптимальні та найперспективніші з них.

Політика сприяння просуванню експорту Німеччини здійснюється державними установами. Проте кожна територія та навіть громади мають власні програми щодо сприяння експорту, які доповнюють федеральні програми. Федеральна система Німеччини з просування експорту включає в себе три рівні:

- Федеральне Міністерство економіки та технологій;
- Федеральне Міністерство закордонних справ;
- торгові палати [1].