

#### 4. Інтернаціоналізація банківської діяльності

Банки прагнуть виходити на нові ринки, відкриваючи філії та дочірні компанії в інших країнах. Це дозволяє банкам збільшувати обсяги операцій, розширювати клієнтську базу та знижувати залежність від економічних умов однієї країни.

#### 5. Соціальні та економічні виклики

Доступ до банківських послуг для людей з низькими доходами та забезпечення стабільності під час економічної кризи. Банки повинні адаптувати свої стратегії, щоб подолати ці виклики та сприяти сталому розвитку економіки.

Отже, глобалізація може призвести до економічної нерівності, втрати культурної ідентичності та вразливості до зовнішніх шоків. Для ефективної участі в глобалізованому світі країнам необхідно адаптувати свої економічні, культурні та політичні системи до нових викликів та можливостей, які створює цей процес. Завдяки глобалізації українські банки активно впроваджують інновації, що підвищують зручність та доступність фінансових послуг. Водночас, гармонізація регуляторних стандартів з міжнародними вимогами дозволяє банкам легше працювати на глобальних ринках та підвищує вимоги до комплаєнсу. Глобалізація також сприяє диверсифікації ризиків та управлінню валютними ризиками, дозволяючи українським банкам зменшувати залежність від економічних умов однієї країни. В цілому, глобалізація відкриває нові можливості для інтернаціоналізації банківської діяльності, підтримуючи економічний розвиток та фінансову стабільність.

Aslam, A., Eugster, J., Ho, G., Jaumotte, F., & Piazza, R. (2018). Globalization helps spread knowledge and technology across borders. IMF Blog. URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2018/04/09/globalization-helps-spread-knowledge-and-technology-across-borders>

### ***ЕФЕКТИВНІСТЬ ТОРГІВЛІ З ЄВРОПЕЙСЬКИМИ КОМПАНІЯМИ***

Магістрант **Нестеров Д. О.**

Магістрант **Клименко М. А.**

Науковий керівник: к.е.н., доцент **Сусліков С. В.**

*Національний технічний університет*

*«Харківський політехнічний інститут», Україна*

Розуміння ефективності торгівлі з цими компаніями стає ключовим для бізнесу з усього світу [1-5]. Укладання торговельних угод між Європейським Союзом та іншими країнами чи регіонами, такими як зони

вільної торгівлі, робить європейський ринок привабливим для торгівлі. Вивчення ефективності таких угод стає важливим завданням [1, 2]. Розуміння та зниження тарифних та нетарифних бар'єрів у торгівлі з європейськими компаніями може допомогти збільшити обсяги торгівлі та підвищити конкурентоспроможність. Політичні зміни, такі як виходи з ЄС чи введення нових торговельних обмежень, можуть суттєво вплинути на ефективність торгівлі з європейськими компаніями [3, 4]. Отже, дослідження ефективності торгівлі з європейськими компаніями відображає сучасні тенденції у світовій економіці та визначає стратегічні підходи для підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Торгівля з європейськими компаніями може бути важливою і перспективною сферою для розвитку бізнесу. Європейський ринок приваблює багато українських підприємців через свою велику потенційну аудиторію, високі стандарти якості та розвинену інфраструктуру [3, 4]. На наш погляд, в цій сфері слід надавати особливу увагу деяким надзвичайно важливим аспектам торгівлі з європейськими компаніями.

Перш ніж починати торгівлю з європейськими компаніями, варто зробити дослідження ринку, щоб зрозуміти попит на пропоновані товари чи послуги в Європі, конкурентну обстановку, особливості споживачів та маркетингові стратегії. Для успішної торгівлі важливо встановити стабільні торгові відносини з європейськими партнерами. Це може охоплювати укладання контрактів, визначення умов поставок та взаєморозрахунків. Тому конче необхідно знаходити європейські компанії, які зацікавлені у співпраці. Це може бути зроблено через участь у міжнародних виставках, використання бізнес-мереж, а також за допомогою онлайн-платформ та баз даних. В подальшому важливо налагодити тісний зв'язок з потенційними партнерами та почати переговори щодо умов співпраці.

Визначення ефективності торгівлі з європейськими компаніями включає аналіз різних аспектів взаємодії та оцінку досягнутих результатів. Для цього необхідно оцінити загальний обсяг торгівлі з європейськими компаніями за певний період часу та порівняти ці цифри з попередніми періодами, щоб визначити тенденції зростання чи зменшення. Потім розрахуються витрати, пов'язані з торгівлею з європейськими компаніями (наприклад, витрати на логістику, маркетинг, виробництво тощо) та їх порівняння з прибутком від такої торгівлі, зі стандартами галузі та попередніми періодами. Після цього проводиться оцінка результативності використання маркетингових стратегій для просування продуктів чи послуг на європейському ринку [1]. Розглядаються такі аспекти, як рівень усвідомлення бренду, конверсія продажів та рівень задоволеності клієнтів. На завершення проводиться вивчення відгуків та зворотного зв'язку від клієнтів з Європи щодо пропонованої продукції чи послуг. Аналізуються

позитивні та негативні аспекти, щоб визначити, як можна поліпшити якість та задоволеність клієнтів. Отримані результати порівнюються з європейськими компаніями шляхом комплексного аналізу різних аспектів взаємодії та досягнутих результатів, враховуючи конкретні цілі та стратегії підприємства. Загалом, ефективність торгівлі з європейськими компаніями можна визначити шляхом комплексного аналізу різних аспектів взаємодії та досягнутих результатів, враховуючи конкретні цілі та стратегії даного підприємства [5].

Важливо звернути увагу на те, що Європейський ринок має високі стандарти якості та безпеки. Перед початком експорту в Європу вам може знадобитися сертифікація відповідності стандартам ЄС. Організація логістики і доставки товарів до Європи є, на нашу думку, ключовим етапом. Варто вивчити оптимальні маршрути, вибрати надійних логістичних партнерів і встановити ефективні системи поставок. Важливо також уважно дослідити митні правила та тарифи, які можуть застосовуватися до пропонованої продукції при ввезенні в Європу. Ці правила і тарифи можуть залежати від різних факторів, таких як країна походження продукції, вид продукції та інші характеристики. Для того щоб дізнатися конкретні митні правила та тарифи для продукції українських підприємств при ввезенні до ЄС, рекомендуємо звернутися до національного митного органу або скористатися онлайн-інструментами Європейської Комісії, які допоможуть з'ясувати необхідну інформацію для кожного конкретного випадку в сфері міжнародної торгівлі.

Далеко не завжди представники українського бізнесу звертають увагу культурні відмінності між Україною та країнами Європи. Розуміння цих різниць може допомогти вести успішний міжнародний бізнес та встановлювати довгострокові відносини з партнерами з ЄС. Ознайомтеся з правовими вимогами та регуляціями, що стосуються експорту товарів чи послуг з України до Європейського Союзу. Щоб успішно вести торгівлю з європейськими компаніями, важливо мати належне розуміння міжнародних торговельних угод, вимог і стандартів. Крім того, необхідно вивчити культурні та юридичні відмінності між даною країною та країнами Європейського союзу.

Успішна міжнародна торгівля передбачає ефективну комунікацію з партнерами з Європи. Відкритість до співпраці, вміння швидко реагувати на зміни та вирішувати проблеми можуть стати ключем до успіху у торгівлі з європейськими компаніями. Успішна комунікація з партнерами з ЄС є ключовим аспектом міжнародної торгівлі. Загальним принципом є бажання розбудовувати довіру та розуміння між українськими та європейськими партнерами. Засновані на цьому відносини сприятимуть успішній торгівлі та спільним проектам.

Велике значення має постійне вдосконалення бізнес-процесів, адаптація до нових вимог та розвиток ефективної стратегії для взаємодії з європейським ринком. Торгівля з європейськими компаніями може відкрити нові можливості для бізнесу даного підприємства та сприяти його зростанню. Торгівля з європейськими компаніями може бути важливим аспектом бізнесу для багатьох підприємств у всьому світі. Європейські компанії часто відомі своєю якістю, інноваційністю та високими стандартами виробництва. Відкриття торговельних зв'язків з європейськими компаніями може принести українським підприємствам багато переваг, таких як доступ до нових ринків, технологій та ресурсів. Успішна торгівля з європейськими компаніями може відкрити нові можливості для українського бізнесу та допомогти зміцнити його позиції на світовому ринку.

Дослідження показує, що торгівля з європейськими компаніями є важливою складовою міжнародного бізнесу, і обсяги торгівлі зростають з року в рік. Торговельні угоди, укладені між різними країнами та регіонами, грають велику роль у сприянні розвитку та підтримці торгівлі з європейськими компаніями. Політичні, економічні та соціальні зміни можуть суттєво впливати на ефективність торгівлі з європейськими компаніями, тому підприємства повинні бути готові до адаптації та вироблення стратегій управління ризиками. Дослідження вказує на важливість розвитку ефективних стратегій маркетингу, збуту та логістики для забезпечення успішної торгівлі з європейськими компаніями. Незважаючи на досягнуті успіхи, існує потенціал для подальшого зростання торгівлі з європейськими компаніями шляхом розвитку нових ринків та підвищення конкурентоспроможності.

1. Pererva P.G., Kobielieva T.O., Shaulska L.V. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities // Економічний журнал Одеського політехн. університету. 2023. № 1(23). С. 43-50. URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2023/No1/43.pdf>

2. Косенко О.П., Кобелева Т.О., Долина І.В., Матросова В.О., Кобелев В.М. Маркетингове та вартісне оцінювання інновацій та інтелектуального потенціалу в міжнародних проєктах. Вісник 193 Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). Харків : НТУ "ХПІ", 2020. № 6. С. 77– 83.

3. Кобелева Т.О. Організаційно-економічний механізм забезпечення комплаєнсбезпеки промислового підприємства: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04. Харків, 2020. 39 с

4. Товажнянський В.Л. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства /Товажнянський В.Л.-Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012.-703 с.

5. Шаульська Л.В., Райко Д.В., Дюжев В.Г., Долина І.В. Моніторинг комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 4. С.72-78.