

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ім. адмірала Макарова
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ МОРЯ
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ТА БЕЗПЕКИ



«Допустити до захисту»

зав. кафедри

д.е.н., професор НУК Єфімова Г.В.

(наукова ступінь, вчене звання, П.І.Б. завкафедрою)

_____ «__» _____ 2024 р.
(підпис зав. кафедрою)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеню вищої освіти бакалавр

на тему: **Проблеми та перспективи міжнародної міграції
бізнесу / Problems and prospects of international business migration**

Виконала: студентка IV курсу, групи 4451

Спеціальності _____ 051 Економіка

_____ ОП Міжнародна економіка

(шифр і назва спеціальності)

_____ Воробйова Д. О.

(прізвище та ініціали)

Керівник _____ д.е.н., проф. Єфімова Г. В.

(прізвище та ініціали)

Миколаїв – 2024 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМЕНІ АДМІРАЛА МАКАРОВА**

Факультет економіки моря
Кафедра економічної політики та безпеки
Освітній рівень – перший (бакалаврський)
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність 051 Економіка
Освітня програма – Міжнародна економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ

гарант освітньої програми
«Міжнародна економіка»

_____ Л.Ю. Вдовиченко
« _____ » _____ 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»**

Студенту _____ Воробйова Дар'я Олександрівна
(Прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Проблеми та перспективи міжнародної міграції бізнесу /
Problems and prospects of international business migration

Керівник роботи _____ д.е.н., проф. Єфімова Г. В.

Затверджені наказом ректора № 264-уч від «26» березня 2024 року

2. Термін подання роботи: _____ 07.06.2024 р.

3. Вихідні дані по роботі: навчальні посібники, наукові праці, монографічні дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, публікації міжнародних організацій, а також електронні ресурси _____

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів)

Теоретичні засади міжнародної міграції бізнесу;

Оцінка перспектив міжнародної міграції бізнесу;

Проблеми міжнародної міграції бізнесу та шляхи їх розв'язання

5. Перелік презентаційних матеріалів: мета та завдання, об'єкт та предмет
дослідження; контекст і чинники міграційних процесів бізнесу; складові
процесів міграції бізнесу; грошовий потік ТОВ «Сонячне світло»; перешкоди
міграції українських підприємств за кордон; стратегія підтримки іноземних
бізнес-проектів в Україні _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначення наукового керівника роботи	01.09.2023р.- 15.09.2023р.	
2.	Вибір теми роботи та її узгодження з науковим керівником	15.09.2023р.- 30.09.2023р.	
3.	Вивчення друкованих та електронних джерел, економічних реалій, методичних та наукових видань з теми роботи	01.10.2023р.- 31.10.2023р.	
4.	Складання попереднього плану роботи, узгодження його з науковим керівником	01.11.2023р.- 15.11.2023р.	
5.	Збір статистичної інформації на базовому підприємстві (установі, організації)	15.11.2023р.- 31.01.2024р.	
6.	Розробка теоретичного розділу	01.02.2024р.- 29.02.2024р.	
7.	Розробка аналітичного розділу	01.03.2024р.- 31.03.2024р.	
8.	Розробка проектного розділу	01.04.2024р.- 30.04.2024р.	
9.	Розробка вступу, висновків, списку використаної літератури та додатків	01.05.2024р.- 15.05.2024р.	
10.	Редагування рукопису роботи та ознайомлення з ним наукового керівника	15.05.2024р.- 30.05.2024р.	
11.	Усунення зауважень наукового керівника та завершення роботи	01.06.2024р.- 10.06.2024р.	
12.	Подання рукопису кваліфікаційної роботи в бібліотеку НУК для перевірки на унікальність	10.06.2024р.	
13.	Подання рукопису кваліфікаційної роботи, демонстраційного матеріалу та доповіді на кафедральний захист	7.06.2024р.	
14.	Усунення зауважень кафедрального захисту	7.06.2024р.- 14.06.2024р.	
15.	Розробка проекту демонстраційного матеріалу та доповіді	14.06.2023р.- 20.06.2023р.	
16.	Подання роботи рецензенту та отримання рецензії	18.06.2023р.	
17.	Захист роботи перед АК	24.06.2023р.- 25.06.2023р.	

Науковий керівник _____
(підпис)

Єфімова Г. В. _____
(прізвище та ініціали)

Студент _____
(підпис)

Воробйова Д.О. _____
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ БІЗНЕСУ.....	9
1.1. Сутність, поняття, класифікація та передумови міграції бізнесу	9
1.2. Сучасні тенденції міжнародної міграції бізнесу.....	17
1.3. Основні завдання компаній при виході на міжнародні ринки	24
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ БІЗНЕСУ.....	32
2.1. Оцінка привабливості бізнес-моделей для іноземного бізнесу в Україні та українського за кордоном	32
2.2. Складові процесу міжнародної міграції бізнесу.....	39
2.3. Оцінка потреби в ресурсах для переміщення бізнесу	56
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ БІЗНЕСУ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ	67
3.1. Проблеми бізнесу при виході на міжнародні ринки	67
3.2. Застосування інновацій для розвитку проектів іноземних компаній в Україні	72
3.3 Шляхи вдосконалення управління міжнародним бізнесом в Україні	78
ВИСНОВКИ.....	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91

ВСТУП

Актуальність теми роботи. Зараз населення нашої планети зростає, а умови життя погіршуються через підвищення температури та нестабільне економічне середовище. Тому бізнесмени з цих країн повинні подумати про передачу своїх можливостей і відкриття операцій в інших країнах.

Водночас Україна зараз переживає міграційну кризу. Багато виїхали через збройну агресію РФ і можуть не повернутися. Бізнесменам, які планують перенести свій бізнес або розширити його в інші країни, потрібні знання та навички системного підходу до бізнес-процесів.

Крім того, можливість збільшення українського населення в основному пов'язана з імміграцією в Україну. Залучення в Україну активних іноземців, які мають можливість і бажання створювати бізнес і робочі місця.

Це важлива тема, яка потребує уваги громадськості та ефективних регуляторних процедур, зменшення обмежень та підтримки прямих іноземних інвесторів.

Закономірністю розвитку бізнесу є використання можливостей міжнародного масштабу та розвитку. Таким чином, процеси вимушеної міграції можуть бути трансформовані в позитивний процес, який призведе до створення нових видів діяльності та розвитку не лише конкретного бізнес-проекту, а й сприятиме покращенню світової економіки, створенню торговельних інтеграційних угод та підвищення глобальної конкурентоспроможності бізнесу.

Міграційні бізнес-процеси та міжнародний масштаб малого та середнього бізнесу визначаються низкою об'єктивних факторів, по-перше, безпекою та виживанням, по-друге, перевагами можливої систематизації процесів, збільшенням ринкової капіталізації, організаційними та конкурентними перевагами.

В сучасних ринкових умовах посилюється тенденція до розвитку міжнародного руху капіталу, нових інформаційних технологій, посилення

конкуренції та інвестиційної привабливості країн, що розвиваються, в тому числі й України. Власне, ці процеси й дають можливість вийти на якісно новий рівень розвитку економіки держави. Також необхідно забезпечити більшу відкритість та прозорість міграційних процесів бізнесу, у тому числі шляхом створення централізованої бази даних про іноземних інвесторів та їх діяльність в Україні.

Подальший розвиток правового регулювання бізнес-міграційних процесів в Україні сприятиме залученню більшої кількості іноземних інвестицій та розвитку економіки країни в цілому. Питання легалізації в Україні іноземців, які інвестують в українську економіку чи у власний бізнес є актуальним, адже є люди, які дуже хочуть таким чином отримати посвідку на постійне проживання в Україні. Можливість отримання документів для легалізації інвесторів в країні фактично не працює, тому існує потреба в розробці шляхів вирішення проблем, пов'язаних з міграцією бізнесу в Україну.

Міжнародна міграція бізнесу є складним явищем, що має як проблеми, так і перспективи. З одного боку, регуляторні бар'єри, політична нестабільність та соціальні проблеми значно ускладнюють процеси переміщення підприємств і капіталу (Отор Д. [1]; Родрік Д. [2]; Сміт Т. [3]). З іншого боку, міжнародна міграція бізнесу сприяє економічному зростанню, розширенню ринків та покращенню інфраструктури, особливо в країнах-реципієнтах (Джонсон Ш., Баксу Дж.-Д. [4]; Лі Й.К., Ченг З.Г. [5]). В українському контексті дослідження проблем та перспектив міграції бізнесу також набувають актуальності. Наприклад, праці Базилевича та Дмитренка [6, 7] аналізують вплив іноземних інвестицій на українську економіку, а дослідження Жаліла [8] зосереджуються на стратегічних аспектах залучення міжнародного бізнесу до України. Таким чином, питання міжнародної міграції бізнесу вимагають всебічного аналізу та розробки ефективних стратегій для мінімізації ризиків і максимізації вигод.

Мета і завдання роботи. Метою кваліфікаційної роботи є вивчити та відповісти на запитання про сучасні тенденції та можливості створення та розвитку бізнесу, програми інтеграції та легалізації іноземців через бізнес-проекти, визначити основні фактори ризику, вплив яких є визначальним для характеру та ефективності інвестиційних процесів у цьому напрямку.

Завдання дослідження полягають в наступному:

- дати визначення поняттям «бізнес-міграція» та «міжнародний проектний менеджмент»;
- пояснити причини та мотиви бізнес-міграції;
- охарактеризувати окремі аспекти бізнес-міграційних процесів;
- аналізувати зовнішньополітичну ситуацію України;
- охарактеризувати сучасні тенденції бізнес-міграції;
- описати особливості управління міжнародними бізнес-проектами;
- узагальнити етапи міжнародних бізнес-проектів;
- визначити проблеми іноземних компаній та шляхи їх вирішення, пов'язані з міграційними процесами.

Об'єктом дослідження є процеси бізнес-міграції через реалізацію міжнародних бізнес-проектів.

Предметом дослідження є існуючі системні механізми та можливі стратегії міграції бізнесу.

Методи дослідження. Ситуація на ринку та організаційно-економічні процедури бізнес-міграції потребують системного аналізу та вивчення з метою використання позитивного досвіду та управління бізнес-проектами, подальшого вдосконалення як самих процедур міграції, так і практики їх використання у підприємницькій діяльності. .

Дослідження базується на даних українських та міжнародних ринків, які існували до масштабного військового вторгнення РФ у 2022 році, тобто до 2021 року включно, а також включає деякі дані за 2022-2023 роки.

Застосовуються методи теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу, абстрактно-логічного, економіко-математичного моделювання, порівняльних

та експертних оцінок, а також методи логіко-структурного аналізу системи економічних процесів і зв'язків, статистичний, порівняльний та діалектичний підходи.

Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи послужили економічні дослідження видатних вітчизняних і зарубіжних учених. Фактографічну та статистичну базу склали щорічні звіти ЮНКТАД, ФАО, МВФ, СОТ, Світового банку, ООН та відповідних сайтів в мережі Інтернет, а також дані Національної служби статистики України, сайту Верховної Ради України. та Державної міграційної служби України. Також був використаний особистий досвід перекладача щодо супроводу міграційних процесів іноземних громадян в Україну.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 98 сторінок, містить список використаних джерел із 82 найменувань. Робота ілюстрована 7 рисунками та містить 11 таблиць.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ БІЗНЕСУ

1.1. Сутність, поняття, класифікація та передумови міграції бізнесу

Зараз у всьому світі, в тому числі і в Україні, стрімко зростає кількість іноземних бізнесменів, які вирішують змінити місце постійного проживання. Міграційні процеси все більше охоплюють підприємства різних галузей економіки, збільшується кількість інвестицій за участю іноземного капіталу та зовнішньоекономічних контрактів.

Одним із факторів, який визначав би розвиток процесів, спрямованих на залучення прямих іноземних інвестицій та капіталу в умовах глобальної демографічної, економічної та безпекової кризи, могла б стати міграція найбільш активних громадян, якими є саме бізнесмени. Очікується, що це вплине на розвиток і стабільне зростання економіки приймаючих країн, а також розвиток вільного і конкурентного ринку [33].

Розвиток комерційних організацій і посилення конкуренції між ними спонукають компанії розробляти найбільш ефективні стратегії продовження свого розвитку з використанням механізмів міжнародної міграції.

Міграція в перекладі з латинської (*migratio*, *migro*) означає переміщення, переселення.

Вперше поняття «міграція» було введено в науковий обіг наприкінці XIX століття англійським вченим Е. Равенштейном (1834-1913) у праці «Закони міграції».

Автор розглядає міграцію як безперервний процес, зумовлений взаємодією чотирьох основних груп факторів, що діють: за місцем первісного проживання мігранта, на етапі його переміщення, за місцем в'їзду, а також особистими факторами [43].

Соціологічний словник визначає міграцію як «географічне переміщення індивідів або груп індивідів, тобто мобільність людей у вузкому чи ширшому географічному просторі» [75, с. 84].

Подібне тлумачення міститься і в економічній енциклопедії: «Міграція населення – переміщення людей, етнічних груп, їх частин або окремих представників, пов'язане зі зміною постійного місця проживання або поверненням сюди» [34].

А. Хомра визначає міграцію населення як «територіальні переміщення населення, пов'язані зі зміною місця проживання» [64].

В основному під міграцією розуміють такі територіальні переміщення населення, які супроводжуються зміною місця проживання і роботи (на постійне або на досить тривалий термін) як всередині країни, так і за її межі.

У демографічних і демоекономічних дослідженнях термін «міграція» використовується для позначення таких актів переміщення в просторі, які пов'язані, з одного боку, з перетином адміністративних кордонів населених пунктів, а з іншого боку, зі зміною за місцем проживання фізичної особи. постійне проживання або на певний термін.

Так, бізнес-міграція – це процес переміщення бізнесу з одного місця в інше з метою створення більш сприятливих умов для розвитку бізнесу.

Цей процес може бути спровокований різними факторами, такими як зміни ринкових умов, ставок податків, регуляторної політики, конкуренції, війни тощо.

Класифікацію бізнес-міграційних процесів можна проводити за різними критеріями, такими як масштаб міграції (місцева, національна, міжнародна), вид діяльності (промисловість, торгівля, послуги), форма власності (приватна, державна, муніципальна) тощо.

Ринкові ризики та невизначеності, несприятливе ділове середовище, високий рівень оподаткування, низький рівень конкурентоспроможності, зміна власника, нестабільність політичної ситуації та інші фактори можуть бути передумовами для міграційного процесу бізнесу.

Основним напрямом державної політики є інвестиційна політика та економічна політика, які спрямовані на створення суб'єктам господарювання умов для залучення коштів і подальшого їх використання для задоволення потреб розширеного відтворення основних засобів виробництва. Звичайно, державу цікавлять переважно ті галузі, розвиток яких вона визначила як пріоритетні. Також важливими є належне, ефективне та відповідальне використання залучених коштів та їх контроль.

Основною метою бізнес-міграції є створення більш сприятливих умов для розвитку бізнесу, включаючи зниження вартості робочої сили, зниження податкових ставок, покращення умов ведення бізнесу тощо.

Однак процес бізнес-міграції може мати негативні наслідки для економіки країни, включаючи зменшення податкових надходжень, втрату робочих місць тощо.

Процес бізнес-міграції – складне та багатогранне явище, яке може мати як позитивні, так і негативні наслідки для економіки країни та самого бізнесу.

Проект – це сукупність цілеспрямованих дій (подій або робіт), постійно орієнтованих у часі, пунктуальних, складних і нерегулярно повторюваних, спрямованих на досягнення кінцевого результату в умовах обмежених ресурсів і заданих термінів їх початку і завершення.

Тлумачний словник Вебстера визначає поняття проекту (від латинського *projectus* – кидати вперед) як будь-яке задумане або заплановане велике підприємство.

У Зведенні знань про управління проектами Американського інституту управління проектами: проект визначається як чітке підприємство зі встановленими цілями, досягнення яких визначає завершення проекту.

Британська асоціація менеджерів проектів вважає, що проект – це індивідуальне завдання з чіткими цілями, які зазвичай включають вимоги щодо часу, вартості та якості, які необхідно досягти.

Німецький стандарт DIN 69901 говорить: «Проект – це починання (намір), основними характеристиками якого є унікальність умов та інші

обмеження; її відмежування від інших намірів; та проектна організація його реалізації. Метою проекту є забезпечення видимих результатів та умов для реалізації загальної місії проекту.

З точки зору теорії систем управління, проекти як об'єкти управління повинні бути контрольованими і керованими, тобто вони повинні мати певні характеристики, за допомогою яких можна безперервно контролювати хід виконання проекту (керованість).

Управління проектом – це процес управління командою проекту та ресурсами за допомогою спеціальних методів для забезпечення успіху проекту та досягнення його цілей.

Для успішного забезпечення свободи людини та її бізнесу необхідно постійно мати:

1. Фінансові можливості.
2. Правоздатність.
3. Соціальні можливості.
4. Комунікативні навички.

Безумовно, для реалізації будь-якого проекту необхідні фінансові можливості, а тому відповідні ресурси необхідно акумулювати заздалегідь.

Юридичні можливості. Для успішної та швидкої міграції необхідно мати відповідні документи та дозволи, звісно паспорти для виїзду за кордон, візи, посвідки на проживання, дозволи та, можливо, навіть додаткові громадянства. Це теж потрібно продумати заздалегідь.

Соціальні можливості. Міграційні процеси значно полегшують можливості отримання допомоги та консультацій від представників діаспори країни прибуття, різних соціальних груп, бізнес-клубів та громадських організацій, у діяльності яких ви можете брати участь.

Комунікативні навички. Крім того, в епоху інформації просто життєво важливо мати доступ до можливості швидкого спілкування з членами вашої родини, друзями, партнерами, співробітниками, де б ви не були. Таким чином,

наявність засобів зв'язку є четвертою основною умовою, необхідною для успішної міграції.

Поряд з природним рухом на демографічні параметри населення впливає територіальна мобільність або механічне переміщення населення. Останнє пов'язане з міграційними процесами.

Міграція істотно впливає на формування, функціонування та розвиток ринку. Міграція як фактор розвитку ринку виконує прискорювальну, розподільчу та селективну функції [30].

Розподільча функція ділової міграції проявляється в перерозподілі товарів і послуг між країнами, за рахунок чого досягається більша відповідність між попитом і пропозицією.

Селективна функція міграції полягає в зміні якісного складу підприємств у країнах за рахунок неоднакової участі в міграційних процесах представників різних галузей і сфер діяльності.

Імміграція – це прибуття або виїзд іноземців на постійне проживання в країну у встановленому законом порядку. Застосовуючи бізнес-процеси, можна зазначити, що більшість міграцій малого та середнього бізнесу передбачає міграцію власника(ів) цього бізнесу.

Іммігрант – іноземець чи особа без громадянства, який отримав дозвіл на імміграцію та прибув в Україну на постійне проживання або, перебуваючи в Україні на законних підставах, отримав дозвіл на імміграцію та залишився в Україні на постійне проживання.

Розвиток великих бізнес-організацій і посилення конкуренції між компаніями та із західними компаніями спонукають компанії розробляти найбільш ефективні стратегії для подальшого зростання та розвитку, в тому числі в міжнародному масштабі.

Інтернаціоналізація відкриває нові можливості для компаній та їх власників. Компанії, які планують вийти на зовнішній ринок, повинні спочатку вибрати ринок конкретної країни або групи країн, стратегію і методи

виходу на цей ринок, а також повинні враховувати юридичні та податкові аспекти.

Основними завданнями при виході компанії на міжнародний ринок є реалізація інвестиційних проектів, розробка податкових рішень, нерезидентських механізмів, пошук фінансових консультантів, помічників у супроводі операцій з нерухомістю, відкриття банківських рахунків, співпраця з консультантами у сфері іпотечного кредитування. позики та управління активами [35, с. 16].

Таким чином, можна сказати, що для забезпечення безпеки бізнесу та підтримки високого рівня мобільності, перш за все, необхідно структурувати діяльність компанії таким чином, щоб економічна модель була прибутковою, прозорою, ефективною, захищеною та дозволяла здійснювати раціональне планування. , розподілити фінансові потоки всередині всієї структури та максимально спростити адміністрування.

Можна виділити такі основні мотиви, які спонукають українських виробників експортувати свою продукцію за кордон:

- бажання максимально завантажити виробничі потужності,
- слабке або негативне зростання внутрішнього ринку,
- вищий дохід на міжнародних ринках,
- зміцнити ім'я та бренд на внутрішньому ринку як компанія-експортер,
- зростання конкурентних переваг завдяки міжнародному досвіду,
- курсові надходження,
- запозичення виробничого досвіду з-за кордону.

Загалом, причин декілька. Важливо визначити, що первинне, а що вторинне. Визначення пріоритетних мотивацій дозволяє підприємству визначити цілі та засоби їх досягнення.

Можна виділити стратегічні мотиви, які спонукають компанії розпочинати (розвивати) міжнародну діяльність (табл. 1.1):

Мотивація власників бізнесу до міграції

Яка мотивація власників бізнесу для міграції
Розширення ринку збуту
Доступ до дефіцитних або дешевих ресурсів
Диверсифікація джерел постачання та продажу
Безпека

Джерело [9]

Загалом, передумови процесів бізнес-міграції можуть бути найрізноманітнішими і залежати від багатьох факторів, які впливають на діяльність компанії.

Класифікація масштабу міжнародного бізнесу може здійснюватися за різними критеріями, такими як масштаб руху, вид діяльності, форма власності тощо.

При класифікації масштабів торгівлі по відношенню до будь-якої країни виділяють зовнішню (міждержавну) і внутрішню. Таке переміщення населення через державні кордони, пов'язане зі зміною місця розташування, вважається зовнішнім.

Зовнішнє масштабування за територіальним охопленням включає міжконтинентальні та внутрішньоконтинентальні переміщення.

Міжнародне розширення бізнесу часто пов'язане з міграцією в різних формах: робота, сім'я, відпочинок, туризм тощо.

Міждержавна трудова міграція в другій половині 20 ст. стала важливим елементом процесу інтернаціоналізації міжнародного економічного життя.

Передумови для процесів розвитку міжнародного бізнесу можуть бути різними залежно від конкретної ситуації та причин переїзду (див. табл. 1.2).

Трудовий потенціал, будучи важливим фактором виробництва, прагне свого найефективнішого використання не лише в рамках національної економіки, а й у масштабах світового господарства [73, с. 201].

Контекст і чинники міграційних процесів

Передумови процесів міграції	Фактори
Економічні фактори	зниження витрат на виробництво, покращення умов для розвитку діяльності, доступ до нових ринків тощо
Політичні та правові фактори	зміни в законодавстві, політична нестабільність, корупція тощо
Соціальні фактори	зміна демографічної ситуації, зміна споживчих звичок, зменшення кваліфікованої робочої сили тощо
Технологічні фактори	зміни в технологіях виробництва, зміна способу комунікації тощо
Конкурентні фактори	змагання на ринку, зміна конкурентної ситуації, зміна попиту на товари та послуги тощо
Фінансові фактори	зміна курсу валют, зміна ставок податків та інших фінансових показників тощо

Джерело [10]

Негативні наслідки бізнес-міграції для конкретної держави можуть включати зменшення податкових надходжень, втрату робочих місць та інші економічні проблеми. Однак за умов належного планування та реалізації процесу міграції компанія може отримати значні переваги, такі як зниження витрат на робочу силу, покращення умов ведення бізнесу тощо.

Класифікація процесів бізнес-міграції може здійснюватися за різними критеріями, такими як:

1. Масштаби руху:

- місцева міграція (переміщення в межах одного регіону);
- національна міграція (переміщення в межах однієї країни);
- міжнародна міграція (переїзд з однієї країни в іншу).

2. Вид діяльності:

- промислова міграція (переміщення підприємства для забезпечення більш сприятливих умов для виробництва товарів чи послуг);

- комерційна міграція (переміщення підприємства для забезпечення більш сприятливих умов для здійснення комерційної діяльності);
- фінансова міграція (переміщення підприємства для забезпечення більш сприятливих умов фінансових операцій).

3. Форма власності:

- міграція публічних компаній;
- міграція приватних компаній;
- міграція підприємств змішаної форми власності.

4. Інші критерії:

- мотивації для переміщення (зменшення витрат, покращення умов для розвитку діяльності, вихід на нові ринки тощо);
- умови переїзду (створення нової компанії, придбання готової компанії, франшиза тощо).

Передумовами процесу можуть бути ринкові ризики та невизначеності, несприятливе бізнес-середовище, високий рівень оподаткування, низький рівень конкурентоспроможності, зміна власності, нестабільність політичної ситуації та інші фактори.

1.2. Сучасні тенденції міжнародної міграції бізнесу

Сьогодні будь-який сучасний ринок обмежений. Але якщо розглядати це питання в міжнародному масштабі, то кількість потенційних клієнтів і рівень купівельної спроможності зростає в кілька разів.

Більш високий обсяг продажів означає, як правило, більший обсяг прибутку. Якщо компанія має однаковий обсяг торгової націнки в різних країнах, то збільшення обсягу продажів неминуче веде до зростання уявного прибутку в цілому. При цьому прибуток на одиницю продукції може збільшуватися залежно від ринкової ситуації або зменшуватися внаслідок розвитку більш складних ринків [56, с. 88].

З огляду на те, що розширення продажів є основним мотивом виходу на міжнародний ринок, не дивно, що багато міжнародних компаній отримують понад 80% свого доходу від міжнародних продажів.

Необхідність доступу до рідкісних або дешевих ресурсів.

Компанії-виробники та їх агенти часто здійснюють пошук необхідних видів товарів і послуг, а також напівфабрикатів, комплектуючих і готової продукції в інших країнах. Іноді це робиться для зниження собівартості продукції.

В інших випадках імпорتنі закупівлі дозволяють придбати унікальні продукти або умови, недоступні в країні походження. Так, наприклад, компанії часто розглядають перенесення виробництва зі своєї країни в країни, де робоча сила, енергія та сировина набагато дешевші.

Така стратегія допомагає знизити витрати на виробництво і, в більшості випадків, збільшити дохід.

Диверсифікація джерел постачання та збуту.

У своїй комерційній діяльності компанії зазвичай вважають за краще не допускати великих коливань річних та/або сезонних продажів і, отже, отриманих прибутків. З цією метою ретельно вишукуються відповідні зовнішні ринки для збуту своєї продукції або закупівлі сировини, комплектуючих тощо.

Тут можна скористатися перевагами незбігу циклів розвитку країн світу в часі. Коли рівень продажів у країні знижується (період спаду), він збільшується вдруге (період зростання).

У результаті, знайшовши ринок збуту для одного і того ж товару в різних країнах, компанія скорочує втрати через коливання цін або дефіцит в конкретній країні.

Сьогодні міжнародна торгівля – це не лише розширення ринків збуту. Сучасний світ характеризується розвитком як традиційних форм міжнародної торгівлі, так і інтернаціоналізацією виробництва та всієї міжнародної торгівлі.

Учасники світового ринку виступають не тільки в ролі продавців, покупців, торгових посередників. Фактор взаємодії стає найважливішою ознакою міжнародної торгівлі. Для повної реалізації своїх можливостей компанії повинні вийти за межі національних/внутрішніх ринків [57, с. 45].

Економічні інтереси спонукають суб'єктів міжнародних відносин розвивати міжнародну торгівлю, оскільки це дає можливість розширити збут продукції, отримати доступ до нових технологій, джерел сировини і робочої сили і, отже, отримати вищі прибутки.

Соціально-економічна сутність міграції населення полягає в забезпеченні кількісної та якісної відповідності між потребою в робочій силі та її наявністю в різних регіонах держави, а також у реалізації прагнення працівників задовольнити особисті потреби в соціальному, професійному контексті, кваліфікаційно-духовний характер.

У науковій літературі існує різноманітна класифікація факторів (часто взаємопов'язаних), під впливом яких формуються напрями та масштаби міграційних процесів [63, с. 59].

Будь-який акт міграції відбувається під впливом набору мотивацій. Вони залежать від суб'єктивних та об'єктивних причин: з одного боку, міграції відбуваються за особистим бажанням – кожен громадянин має право та можливість обирати місце проживання та роботи, тобто задовольняти свій різний матеріальний та професійний рівень. потреби. і духовної природи.

Переміщення в просторі є результатом дії економічних, соціальних, демографічних, політичних, етнічних, освітніх, морально-психологічних, військових, екологічних та інших факторів, але ці фактори діють одночасно, вони певною мірою взаємозалежні, тому є Необхідність виявлення окремих компонентів міграційного процесу, що сформувалися під впливом одного або двох факторів, як правило, утруднена.

Фактори ділової міграції також поділяють на некеровані та соціально керовані, тобто на кондиційні (природні умови різних регіонів і населених пунктів, ступінь їх розвитку, життєдіяльності та благоустрою, географічне

положення) та регулятивні (демографічні – інтенсивність природного приросту тощо). населення, його віковий і статевий склад, співвідношення корінного населення і прибульців, старожилів і прибульців, етнічні відмінності між групами за мовою, духовною культурою, побутом, національними обрядами, соціально-соціальними звичаями тощо. психологічні - інтенсивність соціального спілкування людей, соціально-психологічний клімат, соціальні умови життя людей).

Основною метою зростання міжнародного бізнесу є створення більш сприятливих умов для розвитку бізнесу, але цей процес може бути спровокований різними факторами, такими як зміни ринкових умов, податкових ставок, політичних правил, конкуренції тощо.

З 2011 року такі країни, як Бразилія, Індія, Пакистан, Китай і Південна Африка, були в авангарді процесу інтернаціоналізації своєї діяльності. Ці країни або вже розвинені, або нещодавно пройшли індустріалізацію. Вони складають понад 40% населення світу, тому співпраця між цими державами приділяє значну увагу торговельно-діловій діяльності.

Проте наявне взаєморозуміння в політичній сфері, постійний розвиток військово-технічного співробітництва між Україною та іншими країнами, потенціал для ділової співпраці у сфері торгівлі, розвитку туризму та експорту послуг Освітня діяльність насправді є передумовами, які сприяють до активізації таких відносин.

Сучасний економічний розвиток характеризується поширенням глобалізації та пов'язаних з нею процесів, і слід зазначити, що нещодавня хвиля експансії тісно пов'язана з прогресуванням цих процесів. Історія розвитку міжнародної торгівлі у світовій економіці показує, що всі вибухи міграційних процесів відбуваються в періоди структурних змін, промислових бумів, технічних революцій і серйозної організаційної перебудови світової економіки [36, с. 17]. Тому імміграційний процес завжди має хвилеподібний характер, повторюється з певною регулярністю і тісно пов'язаний з

економічними явищами та змінами, що відбуваються у світовій економіці або в економіці різних країн світу.

Дослідження показують, що хвилі бізнес-імміграції часто викликані поєднанням негативних чи позитивних наслідків економічних, регуляторних і технологічних сплесків. Таким чином, економічне процвітання приймає форму економічної експансії, яка спонукає підприємства розширюватися, щоб задовольнити потреби швидко зростаючої економіки.

У сучасному світі дуже складно створити нові бізнес-моделі, щоб вони досягли успіху, тобто вирости до рівня великої компанії.

Проекти – це свого роду унікальні, одноразові події. При цьому рівень унікальності може істотно відрізнятись в залежності від специфіки проекту. Якщо, наприклад, мова йде про будівництво двадцятого будинку в стилі «стандарт» за відповідною програмою, то унікальність проекту досить обмежена. Основні елементи такого будинку такі ж, як і у дев'ятнадцяти будинків, побудованих раніше. Однак основні елементи унікальності виявляються в специфіці ділянки, на якій розташований будинок, рішення побудувати нову систему опалення та вентиляції або необхідності роботи з новою командою експертів.

Тенденція створення бізнес-моделі з нуля не дуже подобається бізнесменам-мігрантам. Набагато простіше і, можливо, ефективніше створити бізнес-модель, яка вже працює принаймні в трьох країнах світу.

Існує «передача бізнесу», і це дійсно найшвидший спосіб створити цінність у новій країні. Якщо іноземець хоче створити велику цінність, найшвидший спосіб – це взяти модель, яка створює цінність в іншому місці. Тому тренд полягає в тому, щоб шукати таку бізнес-модель, яка позиціонуванням відрізняється від того, що вже існує на ринку.

У той же час неможливо зробити абсолютну копію, якщо це складна система. Копіювати слід не процес, а спосіб мислення та механізми прийняття рішень, тобто фундаментальний принцип, адже культурні відмінності та багато інших факторів впливають на ідею відповідного бізнесу в іншій країні.

Ще одна тенденція – створення продукту, більш доступного для споживача. Наприклад, такі компанії, як Zara, пропагують ідею, що споживач може виглядати як модель злітно-посадкової моделі незалежно від свого бюджету, оскільки вони копіюють усе, що роблять дорожчі бренди, і роблять це набагато дешевше.

Наприклад, уся індустрія в Німеччині працює над тим, що «підіймає споживача», дає йому більше віддачі за гроші та дає краще за менші гроші. В Україні ще небагато компаній, яким вигідне таке позиціонування, яке може дати важіль для іноземців, які бажають створювати тут різний бізнес.

Безумовно, цифровізація бізнесу надає можливості для створення нових якісних проектів за доступною для споживача ціною.

Багато людей мріють відкрити великий бізнес, але мріють почати його без особливої праці. В Україні існує глобальний попит на «швидке збагачення», в тому числі серед іноземців, які сюди мігрують. Кожен шукає спосіб швидко розбагатіти. Вони не мріють про те, що п'ять років будуть працювати як божевільні. Вони мріють, щоб це сталося дуже швидко. Це помилка, оскільки така діяльність призводить до втрати грошей через безсистемність відкриття бізнесу та непродуманість проекту.

Мігранти без відповідної освіти справді вірять, що за 6 місяців можна почати бізнес, вони думають, що можуть все налагодити, найняти команду і дати команді оперативні справи, а самі йдуть в раду директорів адміністрування. Цілком можливо, що деякі з цих проектів будуть успішними, але ймовірність цього дуже низька.

Багато підприємців не сподіваються на шанс стати лідером ринку, самі встановлюють собі обмеження. Через велику кількість несистематичних підприємницьких крахів існує думка, що дуже важко, а то й неможливо, вести бізнес, не вдаючись до корупційних відносин чи монопольного становища на ринку. Все це негативно впливає на розвиток суспільства.

В Україні багато хто вважає, що стосунки є ключем до будь-якого бізнесу. Однак така формулювання питання є некоректною. Треба виходити з

потреб споживачів, а зв'язки з'являються самі собою, тому що вони адресні. Багато іноземних підприємців вважають, що вся цінність полягає в ідеї, що найважливіше мати ідею, а все інше станеться автоматично. Але ідея не має цінності, вся цінність полягає в побудові проекту, у вирішенні побутових проблем.

Компанія не будується за 3-6 місяців, компанія будується за 10 років. Тоді ви, можливо, зможете найняти команду і зайнятися цим самостійно. Люди занадто рано про це думають, вони не хочуть довго будувати проект.

На жаль, відкрити бізнес – завдання не дуже просте. Щодня відбувається багато катастроф, і кількість поганих новин, які отримують підприємці, лише зростає зі зростанням розміру бізнесу. На бізнес також впливають кризові явища, які, починаючи з 2008 року, періодично створюють економічні проблеми, навіть катастрофи в різних країнах, зокрема в Україні. Кризи — це божевільні часи, але вони також можуть бути найкращим часом для підприємця, щоб представити щось нове в галузі.

Коли галузь росте, росте і відчуває себе дуже стабільною, це важко зробити, тому що люди не розуміють, навіщо їм щось міняти, якщо вони вже ростуть, то ледве можуть стежити за своїм зростанням. А коли починається спад, люди думають про інші речі, починають купувати по-іншому. У разі кризи всі бізнесмени, присутні на ринку, розуміють, що треба працювати по-іншому.

Переносячи цікаву бізнес-ідею в нову географію, необхідно враховувати ряд особливостей. Але в той же час Україна не має особливої економіки чи особливого бізнес-середовища. Однак конкретного методу немає. І тут проблема в ментальності та недовірі до успіху бізнесу. Багато хто не вірить, що передача досвіду з глобальних ринків може приносити прибуток.

Багато країн зазнавали економічних труднощів у різні періоди своєї історії. Наприклад, серед них Японія, де протягом десяти років, з 1995 по 2005 рік, пережила найгіршу кризу і повну рецесію. Однак за цей період в країні

з'явилося одинадцять мільярдерів, 150 людей стали мультимільйонерами, а десятки тисяч людей заробили свій перший мільйон доларів.

1.3. Основні завдання компаній при виході на міжнародні ринки

Основними завданнями при виході компанії на міжнародні ринки є реалізація конкретних бізнес-проектів, пошук міжнародних фінансових консультантів та юристів, розробка податкової стратегії, можливість використання різних юрисдикцій для реєстрації бізнесу, пошук та наймання юристів для підтримки реальних операції з нерухомістю, відкриття банківських рахунків, співпраця з галузевими консультантами.

Залежно від сфери прояву виділяють також господарські завдання: загальнодержавні, територіальні, галузеві та внутрішньовиробничі господарські, а також постійні, тимчасові та змінні за використанням.

Стосовно стратегічних завдань інтернаціоналізації або міграції компанії можна зазначити, що стратегія безпосередньо залежить від загальної стратегії компанії і є загальним баченням такого процесу.

По-перше, стратегія передбачає дослідження ринку: перш ніж розширювати свій бізнес, важливо провести дослідження ринку, щоб зрозуміти місцевий ринок, конкуренцію та поведінку споживачів. Це допоможе вам розробити персоналізовану стратегію, яка відповідатиме ринку.

По-друге, вам потрібно створити місцеву присутність: щоб створити місцеву присутність у країні, ви можете створити дочірню компанію або стати партнером місцевої компанії. Створення дочірньої компанії вимагатиме юридичних та адміністративних процедур, тоді як партнерство з місцевою компанією забезпечить розвинену мережу та знання місцевого ринку.

По-третє, налагодження стосунків із місцевим бізнесом, державними службовцями та іншими зацікавленими сторонами має вирішальне значення

для успіху в Україні та інших країнах. Спілкування та відвідування галузевих заходів можуть допомогти встановити зв'язки та зміцнити довіру.

Четверте – адаптація до місцевої культури: розуміння місцевої культури та звичаїв є важливим для ведення бізнесу в Україні. Важливо адаптувати свою ділову практику до місцевих норм і цінностей.

П'яте – використання технологій. Технології можуть допомогти полегшити міжнародні ділові операції та спілкування. Використання цифрових платформ і інструментів може допомогти оптимізувати операції та підвищити ефективність.

Крім того, слід звернутися за професійною допомогою. Звернення за професійною допомогою до юристів, бухгалтерів та інших експертів може допомогти вам орієнтуватися в правовому та нормативному ландшафті України.

Розглядаючи бізнес-міграцію, важливо звернутися за юридичною порадою та керівництвом до професіоналів, які спеціалізуються на бізнес-міграції. Це допоможе забезпечити плавний перехід і дотримання всіх вимог законодавства [38, с. 121].

Дотримання місцевих законів і правил має важливе значення для успіху. Необхідно слідкувати за останніми нормативними змінами та отримувати юридичну консультацію, щоб уникнути юридичних проблем і штрафів.

Через вихід компаній на міжнародний ринок вирішуються такі завдання:

- збільшення прибутку,
- зниження ризику та диверсифікація клієнтів,
- спрощення розрахунків з іноземними контрагентами,
- податкові пільги та державна допомога,
- можливості імміграції.

1) Збільшення прибутку. Якщо не брати до уваги заявлену місію та цілі, головним завданням будь-якої бізнес-структури є зростання прибутку, тому вихід на міжнародний ринок найчастіше здійснюється з метою збільшення продажів. Як правило, нові іноземні ринки є більшими та перспективнішими,

ніж внутрішні ринки, а умови для ведення бізнесу в іншій юрисдикції часто зручніші. Хоча, справедливості заради, навіть якщо нові клієнти виявляться біднішими і обсяг продажів в іншій країні буде менше, ніж у країні походження, бізнес в будь-якому випадку продасть більше продукції, ніж конкуренти, які залишилися на внутрішньому ринку.

2) Зниження ризиків і диверсифікація клієнтів. З одного боку, з офісами за кордоном вести бізнес складніше. У зв'язку з цим, для виходу на міжнародний ринок знадобиться якісний юридичний супровід, щоб повною мірою реалізувати всі можливості і при цьому не порушувати національне законодавство, яке регулює підприємницьку діяльність в тій чи іншій країні.

З іншого боку, компанія, що працює одночасно в кількох країнах, має менше шансів збанкрутувати, якщо вона правильно розподілить свої ресурси між представництвами. Можна відкривати і закривати окремі філії, клієнти можуть піти, навіть можна скасувати головний офіс, проект все одно залишиться на плаву, якщо його дохід генерується відразу з кількох джерел, розташованих у двох і більше юрисдикціях – і це ще одна незаперечна перевага вийти на зовнішній ринок.

3) Спрощення розрахунків з іноземними контрагентами. Відкриття іноземної філії істотно полегшує роботу з великими європейськими фінансовими установами, а корпоративний рахунок в одному з найнадійніших європейських банків не тільки надійно захистить кошти, але й спростить розрахунки з клієнтами та постачальниками.

4) Податкові пільги та державна підтримка. Влада деяких країн всіляко підтримує розвиток малого та середнього бізнесу як важливого джерела податкових надходжень до бюджету. Допомога може надаватися через спеціальні державні програми або шляхом надання податкових пільг. Часто державна підтримка надається компаніям, які представляють унікальні товари чи послуги, що не мають аналогів на ринку – відкриття філії за кордоном допоможе максимально використати ці можливості.

Крім того, особливості корпоративного та податкового законодавства кожної країни в поєднанні з існуючими міжнародними угодами дозволяють підприємцям-початківцям іноземного походження значно зменшити податковий тягар своєї компанії при виході на міжнародний ринок.

5) Можливості імміграції. Часто реєстрація компанії в іншій країні, особливо якщо було вкладено значну суму в розвиток філії (або якщо продукція унікальна), дає право на отримання візи престижної категорії, з якою можна жити в іншій країні надовго і навіть привезти сім'ю.

Загалом розвиток бізнесу вимагає ретельного планування, дослідження та реалізації. Дотримуючись стратегії, можна успішно розширити бізнес на міжнародному рівні та впоратися зі складнощами ведення бізнесу в новій країні.

Після того, як проект завершено, важливо оцінити його успішність і визначити напрямки для вдосконалення. Це допоможе інформувати майбутні плани та покращити загальну ефективність на зовнішньоекономічних ринках.

Управління бізнес-міграційним проектом вимагає ретельного планування, спілкування та співпраці. Дотримуючись цих стратегій, підприємства можуть успішно виходити на зовнішні економічні ринки та досягати довгострокового зростання та успіху.

Експансія за кордон – це довга гра, і чим краще ви будете підготовлені до цієї подорожі, тим менше втратите під час цього процесу. Тому важливо визначити успіх у довгостроковій перспективі.

Власники та керівники підприємств, які розвиваються завдяки реалізації експортної стратегії, повинні чітко розуміти, що експорт є пріоритетом для їхнього бізнесу.

Розширення ринків збуту на міжнародних ринках сьогодні є порятунком для українських компаній.

Важливі пріоритети для сучасного власника бізнесу:

- визначення цільового ринку;
- провести конкурентний аналіз;

- конкурувати, створюючи якісні продукти;
- створення систем продажів і каналів зв'язку (прямих і непрямих) для створення багатоканального бізнесу;
- розробка бренд-маркетингу та ефективних маркетингових інструментів.

Алгоритм виведення включає бізнес-модель – основу будь-якого бізнесу. Ринок має обсяг (кількість споживачів, які купують, замовляють) і динаміку (наскільки він зменшується або збільшується в обсязі).

Отже, для успішного забезпечення свободи людини та її бізнесу необхідно постійно мати відповідні можливості: фінансові, правові, соціальні, комунікативні. Це можна назвати способом життя як для людини, так і для забезпечення бізнес-процесів. Звісно, для реалізації будь-якого проекту необхідні фінансові можливості, а тому відповідні ресурси необхідно акумулювати заздалегідь. Для успішної та швидкої міграції необхідно мати відповідні документи та дозволи, звісно паспорти для виїзду за кордон, візи, посвідки на проживання, дозволи та, можливо, навіть додаткові громадянства. Це теж потрібно продумати заздалегідь.

Міграційні процеси значно полегшують можливості отримання допомоги та консультацій від представників діаспори країни прибуття, різних соціальних груп, бізнес-клубів та громадських організацій, у діяльності яких ви можете брати участь.

Крім того, в епоху інформації просто життєво важливо мати доступ до можливості швидкого спілкування з членами вашої родини, друзями, партнерами, співробітниками, де б ви не були. Таким чином, наявність засобів зв'язку є четвертою основною умовою, необхідною для успішної міграції.

Поряд з природним рухом на демографічні параметри населення впливає територіальна мобільність або механічне переміщення населення. Останнє пов'язане з міграційними процесами.

У сучасному світі необхідно розширювати бізнес через безпекову складову та війни, зростання глобальної конкуренції, агресивну політику

різних гравців ринку, швидкі технологічні зміни, фінансову дерегуляцію та зміну ролі держави в економіці.

Більшість компаній, навіть найуспішніших, йдуть загальним шляхом зростання, наприклад, міжнародної експансії. У результаті підприємства консолідуються, стають більш впливовими та менш регульованими та контрольованими національними урядами та міжнародними економічними організаціями.

Мотивація процесу бізнес-міграції різниться залежно від історичного періоду, в якому відбувається міграція. Стратегічна мотивація, що формується під сукупним впливом зовнішніх і внутрішніх факторів, є головним фактором прийняття рішення. Зміна конкурентного середовища є основною причиною відкриття цих компаній. Мотивація умовно поділяється на три основні категорії: внутрішня мотивація, викликана необхідністю пошуку нових напрямів подальшого розвитку, зовнішня, викликана змінами середовища функціонування, особистими інтересами керівництва компанії.

Розвиток бізнес-імміграції завжди характеризувався хвилеподібністю та повторюваністю та тісно пов'язаний з економічними явищами та змінами у світовій економіці чи економіці різних країн світу. Хвилі імміграції зіграли надзвичайно важливу роль у перетворенні галузі з набору малого та середнього бізнесу на її сучасну форму, представлену тисячами транснаціональних корпорацій.

Власники приватного бізнесу визнали, що в умовах мінливого ринку посилення конкуренції та добре продумані й реалізовані міжнародні проекти можуть значно підвищити вартість їхнього бізнесу. На даному етапі міжнародні проекти займають міцне місце в політиці приватного підприємництва і стали основним стратегічним інструментом розвитку бізнесу.

Міжнародне розширення, яке колись було зарезервовано для великих міжнародних компаній, тепер є потужним інструментом у руках багатьох компаній, які прагнуть зростання. Міжнародні можливості стають все більш

помітними та здійсненими, а власники приватного бізнесу активно використовують їх у своїх цілях.

Основною метою зростання міжнародного бізнесу є створення більш сприятливих умов для розвитку бізнесу, але цей процес може бути спровокований різними факторами, такими як зміни ринкових умов, податкових ставок, політичних правил, конкуренції тощо.

У сучасному світі дуже складно створити нові бізнес-моделі, щоб вони досягли успіху, тобто вирости до рівня великої компанії. Тенденція створення бізнес-моделі з нуля не дуже подобається бізнесменам-мігрантам. Набагато простіше і, можливо, ефективніше створити бізнес-модель, яка вже працює принаймні в трьох країнах світу.

Існує «передача бізнесу», і це дійсно найшвидший спосіб створити цінність у новій країні. Якщо іноземець хоче створити велику цінність, найшвидший спосіб – це взяти модель, яка створює цінність в іншому місці. Тому тренд полягає в тому, щоб шукати таку бізнес-модель, яка позиціонуванням відрізняється від того, що вже існує на ринку.

Стосовно стратегічних завдань інтернаціоналізації або міграції компанії можна зазначити, що стратегія безпосередньо залежить від загальної стратегії компанії і є загальним баченням такого процесу. Дотримання місцевих законів і правил має важливе значення для успіху. Слідкуйте за останніми нормативними змінами та отримуйте юридичну консультацію, щоб уникнути юридичних проблем і штрафів.

За допомогою виходу компаній на міжнародний ринок вирішуються наступні завдання: збільшення прибутку, зниження ризиків і диверсифікація клієнтської бази, спрощення розрахунків з іноземними контрагентами, податкові пільги і підтримка держави, можливості імміграції.

Загалом розвиток бізнесу вимагає ретельного планування, дослідження та реалізації. Дотримуючись стратегії, можна успішно розширити свій бізнес на міжнародному рівні та впоратися зі складнощами ведення бізнесу в новій країні. Після того, як проект завершено, важливо оцінити його успішність і

визначити напрямки для вдосконалення. Це допоможе інформувати майбутні плани та покращити загальну ефективність на зовнішньоекономічних ринках.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ БІЗНЕСУ

2.1. Оцінка привабливості бізнес-моделей для іноземного бізнесу в Україні та українського за кордоном

В умовах глобалізації та кризи Україна має змінити свою економічну модель. Українська економіка знову опинилася на роздоріжжі, і найважливіше зараз – визначити ефективний шлях економічного відновлення та його реалізацію. Одним із напрямів є пошук нових інструментів через системний аналіз міжнародних економічних відносин.

По-перше, ви повинні вміти бачити можливості. Можливості з'являються абсолютно завжди, у будь-який час. Уміння їх бачити - звичка. Щоб зробити це, ви повинні бути в іншому потоці інформації, ніж більшість людей.

Іноземці в цьому плані мають перевагу. Наприклад, якщо людина жила в Америці, вона була в іншому інформаційному домені. Коли він переїжджає до Німеччини, наприклад, у нього є американська стрічка інформації, але він уже живе в Німеччині. Це дозволяє придумати кілька бізнес-ідей. Незнайома людина бачить те, чого не бачить більшість людей. Крім того, коли він приїжджає в Україну, у нього є додатковий німецький інформаційний потік. Таким чином, мігрант мислить зовсім не так, як майже всі в країні прибуття.

Зазвичай іноземні компанії в Україні використовують такі бізнес-моделі, як франчайзинг, дистрибуція, співпраця з місцевими партнерами та глобальне розширення. Кожна з цих моделей має переваги і недоліки, і вибір оптимальної моделі залежить від конкретних обставин і стратегії компанії.

Наприклад, ІТ-сектор в Україні продовжує розвиватися, залучаючи інвестиції з усього світу. Крім того, аграрний сектор України має великий інвестиційний потенціал, особливо в контексті розвитку експорту. Незважаючи на це, важливо мати на увазі, що успіх іноземних компаній в

Україні залежить від багатьох факторів, таких як правова система, корупція, рівень конкуренції та інфраструктура. Тому перед тим, як інвестувати в Україну, важливо провести детальний аналіз ризиків і потенціалу.

За останні кілька років розмір ІТ-сектору в Україні подвоївся. За даними Української асоціації програмістів, у 2019 році обсяг ринку ІТ-послуг склав \$5,1 млрд. Крім того, Україна посідає 11 місце у світі серед країн, які виробляють найбільше програмного забезпечення. Україна має великий потенціал у сфері розробки програмного забезпечення, адже наша країна має багато талановитих програмістів, які працюють у великих ІТ-компаніях та стартапах. Крім того, Україна є членом Європейської асоціації вільної торгівлі (DCFTA), що дозволяє українським ІТ-компаніям експортувати свої послуги до країн ЄС без митних обмежень. Крім того, український уряд активно підтримує розвиток ІТ-індустрії в країні, сприяючи створенню та розвитку ІТ-компаній, а також запускаючи спеціальні програми для навчання молодих програмістів. Тому ІТ-галузь в Україні продовжує розвиватися та залучає інвестиції з усього світу, демонструючи свій високий потенціал розвитку.

Україна – одна з найбільших аграрних країн світу, посідаючи 6 місце за обсягом виробництва сільськогосподарської продукції. Аграрний сектор України має великий інвестиційний потенціал, особливо в контексті розвитку експорту.

Одним із головних факторів успіху українського аграрного сектору є його природні ресурси. Україна має родючі чорноземні ґрунти, які є одними з найпоживніших у світі. Крім того, в Україні його велика кількість, що дає можливість вирощувати різноманітну продукцію.

Крім того, аграрний сектор України має значний потенціал для розвитку експорту. Україна є одним із найбільших експортерів зернових, таких як пшениця, ячмінь та кукурудза. Крім того, Україна є одним із найбільших у світі виробників соняшникової та кукурудзяної олії. Український уряд активно підтримує розвиток аграрного сектору, надаючи пільги та стимули для інвестицій.

Наприклад, уряд запровадив програму аграрної реформи, яка дозволяє приватизацію землі та залучення інвестицій в аграрний сектор. Тому український аграрний сектор має великий інвестиційний потенціал, особливо в контексті розвитку експорту. Природні ресурси, велика кількість землі та державна підтримка дозволяють розвивати аграрну діяльність та залучати інвестиції з усього світу.

Починаючи з 2022 року актуальним став напрям іноземних інвестицій в Україну у сферу військово-промислового комплексу.

Український уряд активно шукає іноземні інвестиції у військово-промисловий комплекс з метою модернізації та підвищення обороноздатності країни. Це включає розробку та виробництво нової військової техніки, а також модернізацію існуючих систем.

Одним із ключових факторів залучення іноземних інвестицій у військово-промисловий комплекс України є стратегічне розташування країни. Україна розташована на перехресті Європи та Азії, що робить її важливим вузлом транзиту товарів і людей. Це стратегічне розташування також робить Україну важливим гравцем у регіональній безпеці, що є ключовим питанням для багатьох країн.

Ще одним рушієм іноземних інвестицій у військово-промисловий комплекс України є висококваліфікована робоча сила країни. Україна має давню історію виробництва високоякісної військової техніки, а її інженерно-технічні кадри користуються великим попитом серед іноземних компаній.

Уряд України також вжив заходів для створення сприятливого інвестиційного клімату для іноземних компаній військово-промислового комплексу. Це включає надання податкових пільг, зменшення бюрократії та підтримку досліджень і розробок.

Загалом очікується, що напрямок іноземних інвестицій в Україну у сферу військово-промислового комплексу в найближчі роки продовжить зростати. Завдяки своєму стратегічному розташуванню, висококваліфікованій

робочій силі та підтримці державної політики, Україна має хороші можливості для залучення іноземних інвестицій у цей важливий сектор.

Перспективи іноземних інвестицій в житлову нерухомість в Україні неоднозначні. З одного боку, в Україні є великий і зростаючий середній клас, який все більше зацікавлений у придбанні нерухомості. Це призвело до зростання цін на нерухомість у таких великих містах, як Київ, Львів та Одеса.

З іншого боку, кілька факторів можуть перешкоджати іноземним інвестиціям в українську нерухомість. Серед них політична нестабільність і воєнний стан, корупція і непрозорість правової системи. Крім того, пандемія COVID-19 негативно вплинула на українську економіку, що може зробити іноземних інвесторів більш обережними.

Незважаючи на ці виклики, на українському ринку нерухомості все ще є можливості для іноземних інвесторів. Наприклад, у великих містах зростає попит на якісні сучасні квартири та будинки. Крім того, український уряд запровадив низку реформ, спрямованих на покращення інвестиційного клімату, зокрема спрощення процедури реєстрації власності та зниження податків на операції з нерухомістю.

Загалом, незважаючи на те, що перспективи іноземних інвестицій у житлову нерухомість в Україні не позбавлені проблем, все ще є можливості для кмітливих інвесторів, які готові провести належну обачність і взяти на себе прораховані ризики.

Якщо говорити про міграцію українських компаній за кордон, то в основному це стосується великих компаній та інвесторів, які шукають нові ринки збуту та можливості примножити свій капітал.

Останніми роками українські компанії активно інвестують у розвиток бізнесу за кордоном, зокрема в Європі та США.

Однією зі сфер, в яку українські бізнесмени вкладають свої гроші, є інформаційні технології. Наприклад, українські інвестори активно скуповують комерційну нерухомість в Європі та США, а також вкладають кошти в будівництво житлових комплексів і готелів.

Основними проектами для малих і середніх підприємців-мігрантів в Україні та інших країнах є послуги громадського харчування: ресторан, шаурма, кафе. Такі проекти є найпоширенішими, тому що іноземець може самостійно приготувати свою національну їжу і це може знадобитися в іншій країні.

Наступним типом проектів, які іноземці запускають в Україні, найчастіше є оптова чи роздрібна торгівля імпортною продукцією, яку вони доставляють зі своєї країни чи регіону, де мають зв'язки та можливість придбати різні товари. Це може включати, наприклад, одяг, харчові продукти, такі як рис, нут, морепродукти тощо. Деякі імпортують електроніку (мобільні телефони, дрони тощо).

Іноземці, які раніше проживали в Україні та повернулися до своїх країн, часто запускають проекти з експорту української продукції та сировини, організовують дистрибуцію у своїх країнах, зокрема експорт курячих яєць, соняшникової, кукурудзяної олії, пшениці, гороху, горіхів тощо. інші крупи та комбікорми.

Великі бізнесмени планують вивозити з України металобрухт, граніт та інші корисні копалини, велику кількість худоби та лісоматеріалів.

Також їм цікаво експортувати та продавати в Україні ліки та автомобілі. Наприклад, ідея продажу старих автомобілів на аукціоні цілком прийнятна. Під час кризи частка старих автомобілів зростає, і ця послуга стає дуже затребуваною. У світовій практиці ці аукціони використовують щоквартальні дані про продажі. В умовах волатильності національної валюти, коли ціна автомобіля постійно змінюється, миттєві онлайн-аукціони мають конкурентні переваги.

Багато іноземців зацікавилися та придбали нерухомість та землю під її будівництво в Україні до 2022 року. Раніше проекти, пов'язані з будівництвом таунхаусів і малоквартирних будинків під Києвом, Львовом та Одесою, були дуже цікавими для іноземців. Зараз є попит на землю сільськогосподарського призначення, але законодавство обмежує право власності іноземців.

Люди люблять впевненість. У період кризи ця потреба не задовольняється. Кожен боїться втратити роботу, і багато хто боїться. І сьогодні ми набагато більше думаємо про безпечне майбутнє, ніж коли панувала стабільність. За останні роки стан української пенсійної системи неухильно погіршується і вже зрозуміло, що на таку пенсію не проживеш. А представникам середнього класу потрібна своя пенсійна система.

Куди інвестувати гроші, якщо похідні фінансові інструменти не працюють, національна валюта періодично знецінюється? У нашій країні єдиним ефективним інструментом для отримання довгострокового пасивного доходу є «квадратний метр».

Тому це цікава модель для створення бірж об'єктів нерухомості на дохід. Основним завданням такого проекту є пошук та оприлюднення якісної та вигідної орендованої нерухомості, яка відповідає стратегії виходу на пенсію. Для цього створюється закритий пайовий фонд, який управляє будинком. Одна акція дорівнює одному квадратному метру. І будь-який акціонер може отримати хороший прибуток при низьких ризиках (інвестиції здійснюються у великі, перевірені об'єкти) і низьких витратах на управління своїми активами.

Сучасна життєва стратегія представника середнього класу – менше володіти, користуватися чимось на вимогу та отримувати пасивний дохід.

Наразі можуть бути цікавими плани закупівлі жита та готелів у Західній Україні та Києві, суші-шопів та піцерій з доставкою, дрібних продуктових магазинів, аптек та магазинів оптики, автомобілів таксі під управлінням професійних місцевих або міжнародних керуючих компаній.

Великі компанії також можуть створювати переробні підприємства в Україні, щоб експортувати більше готової продукції за кордон, наприклад, від переробки меду, грибів, фруктів і ягід.

Також в Україні діють міжнародні проекти в галузі машинобудування.

Іноземці запускають в Україні сервісні проекти, наприклад, компанії з перевезення пасажирів і вантажів, логістичні компанії, салони краси та

перукарні, масажні салони, флористи. До речі, ці види послуг також популярні серед українських бізнесменів за кордоном (рис. 2.1).

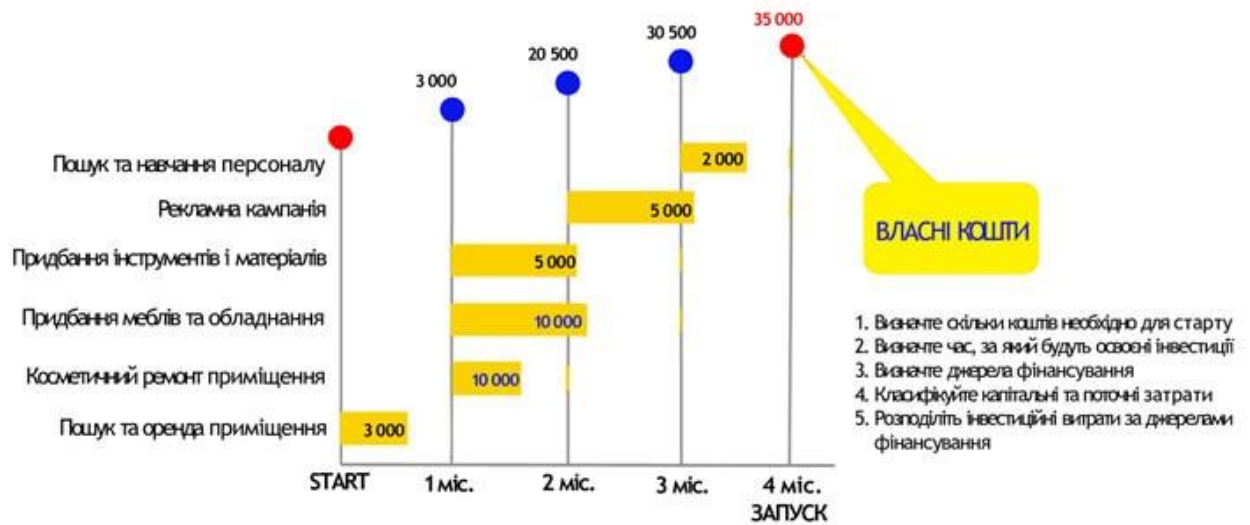


Рис. 2.1. Інвестиційні капіталовкладення. Календарний план реалізації проекту.

Джерело. Побудовано автором за даними компанії D&K London LLC

Багато іноземців в Україні надавали послуги у сфері працевлаштування іноземних студентів до вищих навчальних закладів та в міграційні служби.

Іноземці, які отримали спеціальну освіту в Україні, також відкривають власну медичну або стоматологічну практику.

Деякі іноземці зараз навіть інвестують в українські ІТ-компанії, які займаються виконанням експортних замовлень, а також реалізацією різних криптопроектів.

Бізнес-моделі для виведення бізнесу на міжнародні ринки:

- прямі продажі для дистанційного експорту. Команда (аналітик, менеджери та інші) працює віддалено, ізольовано. Важливо розділити лідогенерацію, один шукає лідів, інший продає. Послуги можуть рекламуватися в Інтернеті за допомогою таргетованої або контекстної реклами;

- робота з торговими посередниками та дистриб'юторами. Економічна модель враховує наявність фізичного продукту. Товар повинен бути присутнім на полицях магазинів і супермаркетів, тому необхідно пройти роздрібну дистрибуцію. Поодинокі важко знайти мережу, яка охоплює всі магазини. Для B2B краще працювати напряду;

- власне відділення. Відкрийте власну філію самостійно або з місцевим партнером з досвідом співпраці. Нам потрібен хтось, хто буде керувати. Важливо правильно домовитися з юридичної точки зору;

- продажі на ринках;

- продажі по франшизі.

У сучасному поліцентричному (багатополярному) світі XXI століття багато країн, у тому числі й Україна, повинні активно та ефективно забезпечувати проведення інституційних реформ та модернізацію нормативно-правової бази у сферах міжнародного правопорядку, економіки та світового порядку [31].

Тому українські компанії активно мігрують за кордон, інвестуючи свої кошти в різні напрямки та сектори. Це свідчить про потужний потенціал української економіки та прагнення бізнесменів розвиватися та займати лідируючі позиції на міжнародному ринку.

2.2. Складові процесу міжнародної міграції бізнесу

В організації міжнародної міграції бізнесу ключовою є роль керівника. Для управління цим процесом створюється єдина група під керівництвом керівника проекту. Важливо, щоб ця людина відповідала за його хід і результати. Постійною увагою керівника проекту є три моменти: якість роботи, термін виконання, бюджет (рис. 2.1).

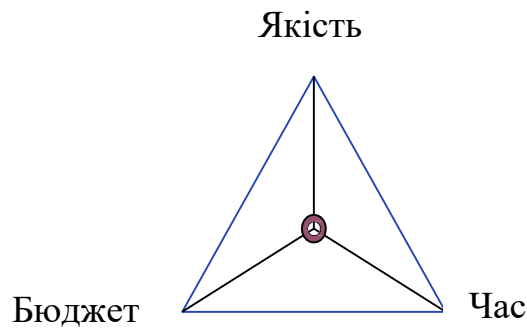


Рис. 2.2. Фокус керівника проєкту

Джерело [49]

Виникнення будь-якої бізнес-ідеї викликає безліч різноманітних питань: хто є конкретними споживачами, який ринок збуту продукції компанії, які кошти потрібні для реалізації проєкту, чи економічно виправданий проєкт тощо. Щоб отримати відповіді на ці питання, розроблено бізнес-план (див. рис. 2.3).

Бізнес-план – це документ, у якому конкретизуються ідея, шляхи і засоби її досягнення, описуються виробничі, ринкові, організаційні та фінансові характеристики майбутнього проєкту, а також деталі управління ним. Бізнес-план узагальнює бізнес-можливості та перспективи та пояснює, як існуюча управлінська команда реалізує ці можливості.



Рис. 2.3. Принципи планування в бізнес-проєктах

Джерело [29]

Проектні процеси поділяються на такі групи:

- 1) Ініціація процесу – початок реалізації;
- 2) Планування – визначення цілей проекту та стандартів успіху, а також формулювання робочого плану для досягнення його цілей;
- 3) Процес реалізації – координація персоналу та інших ресурсів для реалізації плану;
- 4) Процес моніторингу та управління (аналіз та процес, процес контролю) – щоб визначити, чи відповідає планування та реалізація проекту встановленим цілям і критеріям успіху, і прийняти рішення. Необхідність застосування коригуючих впливів, визначення. Необхідні коригувальні дії, їх затвердження, підтвердження та застосування;
- 5) Закриття процесу – формалізує впровадження проекту та доводить його до впорядкованого завершення [41].

Розробка плану проекту. Першим кроком у управлінні проектом міграції підприємства після запуску є розробка комплексного плану проекту. Цей план повинен містити цілі, терміни, бюджет і ресурси, необхідні для проекту (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Функції бізнес-плану

Джерело [49]

План зазвичай включає наступні завдання:

- визначити конкретні цілі проекту;

- визначити структуру проекту;
- визначити обсяг і джерела необхідного фінансування;
- підбір художників;
- підготовка та підписання договорів;
- визначити способи виконання;
- розробити графік реалізації проекту;
- розрахувати необхідні ресурси;
- підготувати кошторис та кошторис проекту;
- контролювати хід виконання проекту;
- супровід проекту.

Для оцінки успішності бізнес-ідеї в іншій країні, необхідно поєднання двох речей: інтуїції як емоції та аналізу. Щоб розпочати нову справу, потрібно вкласти багато сил. Перший крок до успіху – перестати боятися. Другий крок – активація раціональної складової. Це важливо, оскільки багато недосвідчених підприємців можуть загорітися будь-якою ідеєю, і достатньо лише переконання, що ідея буде успішною достатньо, щоб інвестувати. Однак більш досвідчені розуміють, що багато ідей мають набагато більше піару, ніж сенсу, і без попередніх розрахунків не будуть вкладати ресурси.

Сильними сторонами українських підприємців є відсутність страху та любов до ризику. Вони готові відкривати нові горизонти та братися за божевільні проекти, і займаються бізнесом просто на ентузіазмі, навіть якщо не мають достатньої фінансової підтримки. Це дуже ризиковано.

Чомусь вважається, що спочатку потрібно створити малий бізнес, а потім, якщо його продукт хороший, він сам пошириться на ринку. Але нічого не поширюється. Україна є європейським лідером за кількістю нових підприємств на душу населення. Але молоді компанії повинні розвиватися! І тут показники набагато гірше. Країна займає останнє місце за кількістю компаній із кількістю працівників від 200 до 1000 осіб.

Критерії та основні елементи системного бізнесу [57, с. 102]:

- ефективна бізнес-модель і стратегія зростання;

- система залучення клієнтів і лояльності;
- організаційна структура та бізнес-процеси;
- якісна HR функція (навчання людей);
- функція ефективного оперативного управління (з акцентом на планування);
- якісне фінансове управління та функція фінансового планування;
- стратегія та дисципліна реалізації стратегічних планів.

Управління – це цілеспрямована координація суспільного виробництва. При цьому найважливіше місце посідає управління людьми та їхніми стосунками, присутніми у процесі виробництва.

Успіх реалізації проекту багато в чому залежить від його організаційної структури. Поняття організаційної структури охоплює організаційну структуру та організаційні форми управління проектами.

Організаційна структура управління проектами відноситься до набору взаємозалежних органів управління, розташованих на різних рівнях системи. Організаційна форма – це організація взаємодій і взаємовідносин учасників інвестиційного процесу.

У реалізації проекту завжди бере участь різна кількість людей різних спеціальностей (в залежності від розміру проекту), які виконують різні функції. З одного боку, вони належать до команди проекту, а з іншого – можуть належати до «зовнішніх» по відношенню до проекту структур. Це можуть бути відділи або підрозділи організації, що реалізує проект, або інші компанії.

Розподіл ролей і обов'язків. Після розробки плану проекту важливо розподілити ролі та обов'язки між членами команди. Це гарантує, що кожен знає свою роль у проекті та може ефективно працювати разом.

Система управління проектами може включати такі рівні управління проектами: стратегічне управління (Project Management), операційне управління (Project Management), технічне управління (Project Realization).

У складі системи створюються відповідні органи управління:

- рада директорів (Project Board);
- команда менеджменту (Project Management Team);
- проектний офіс (Project Office);
- офіс управління (Project Management Office);
- технічні спеціалісти (Technical Team);
- органи аудиту (Project Audit team, Project Assurance Team).

Стратегічне управління організовує і здійснює рада директорів проекту. Рекомендації включають спонсора, замовника, користувачів продукту проекту, керівника проекту, генерального підрядника та інших ключових учасників проекту. Оперативне управління організовується і здійснюється групою управління проектом і проектним офісом.

Технічне керівництво відповідними проектами організовує та здійснює підрядник. Аудиторські агентства проводять внутрішні та зовнішні аудити проектів на користь ключових зацікавлених сторін і команди управління проектом.

Важливо тримати зацікавлені сторони в курсі прогресу проекту, змін і викликів. Спілкування має важливе значення в управлінні проектом бізнес-міграції та є важливим аспектом.

Все частіше спостерігається як створення успішного бізнесу іноземцями, так і будівництво великих проектів людьми із західною бізнес-підготовкою або навіть освітою, тими, хто значну частину, навіть більшу частину свого життя провів за кордоном і приїхав, щоб розпочати свій бізнес в Україні. Але створення міжнародних бізнес-проектів – процес складний і багатоетапний. Щоб проект був успішним, необхідно врахувати деякі обов'язкові елементи (табл. 2.1).

Наразі українські компанії отримали новий поштовх для виходу на міжнародний ринок, але щоб скористатися цією можливістю, потрібно з самого початку підійти до всього ретельно та правильно структурувати свій бізнес, враховуючи всі нюанси (див. табл. 2.2).

Складові процесів міграції бізнесу

Складові	Опис
Дослідження ринку	перед тим, як розпочати проект, необхідно провести дослідження ринку, визначити потенційних клієнтів та конкурентів, а також визначити можливості для розвитку проекту
Розробка бізнес-плану	на основі результатів дослідження ринку потрібно розробити бізнес-план, який включає стратегію розвитку проекту, фінансовий план та маркетингову стратегію
Вибір партнерів	для успішного розвитку проекту необхідно вибрати надійних та досвідчених партнерів, які зможуть надати необхідну підтримку та експертизу
Вивчення законодавства	перед тим, як розпочати проект, необхідно вивчити законодавство країн, де буде реалізований проект, та врахувати всі правові аспекти
Фінансування	для реалізації проекту необхідно знайти джерело фінансування, яке може бути як внутрішнім (власні кошти компанії), так і зовнішнім (інвестиції, кредити тощо).
Маркетинг	після запуску проекту необхідно забезпечити його просування та продаж, включаючи рекламу, просування в соцмережах та інші маркетингові заходи. Отже, для створення міжнародного бізнес-проекту необхідно врахувати багато різних складових, включаючи дослідження ринку, розробку бізнесплану, вибір партнерів та фінансування, управління проектом та маркетинг та продаж

Джерело: складено автором за [28]

Важливо зосередитися на питаннях, які необхідно вирішити при виході на зовнішні ринки.

Одним із завдань підприємства є підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом:

- розширення спектру послуг, що пропонують компанії;
- розширення присутності та зменшення ризиків за рахунок географічної диверсифікації;
- об'єднання компаній з абсолютно незалежних і не пов'язаних між собою галузей.

Розвиток глобалізації призводить до зміни природи і зростання конкуренції. Новий зміст конкурентоспроможності великих глобальних компаній пов'язаний із глобальним характером діяльності, широким застосуванням інформаційних технологій, турбулентністю зовнішнього

середовища, загостренням конкуренції між транснаціональними корпораціями розвинутих країн і країн, що розвиваються, розвитком торговельного співробітництва, а також як зміни в характері та методах регулювання національної економіки.

Таблиця 2.2

Структурування бізнесу

Нюанси	Опис
Культурні	При виході на міжнародні ринки бізнесам доводиться стикатися з різноманітними культурними особливостями країн, в які вони виходять. Це може включати різні способи споживання, менталітети, вимоги до товарів та послуг, що може ускладнити адаптацію продукції та маркетингових стратегій.
Юридичні	Різні країни мають власні правові та регуляторні вимоги, які можуть впливати на бізнес. Це може включати податкові закони, тарифи, ліцензування та інші аспекти, які потребують уважної уваги та аналізу.
Фінансові	Виходження на міжнародні ринки може бути пов'язане з фінансовими ризиками, такими як коливання валютних курсів, затримки у платежах, нестабільність економічної ситуації та інші фактори, які можуть впливати на прибутковість бізнесу.
Конкуренційні	На міжнародних ринках бізнесам доводиться конкурувати з місцевими та іншими міжнародними компаніями, що може бути викликом, особливо якщо конкуренти мають більшу локальну експертизу та ресурси.
Логістичні	Великим викликом при виходженні на міжнародні ринки можуть бути логістичні проблеми, такі як транспортування товарів, складське управління, митниця та інші аспекти, які потребують уважного планування та управління.
Брендові	Успішне позиціонування продукції на міжнародних ринках вимагає глибокого розуміння менталітету та потреб споживачів у кожному конкретному регіоні. Це може вимагати значних зусиль у сфері маркетингу та орендування.

Джерело: складено автором за [28]

Прагнення компаній збільшити свій економічний потенціал і забезпечити конкурентні переваги на міжнародних ринках штовхає їх до пошуку нових ринків і створення нових проектів, у тому числі міжнародних. Початок цього процесу має включати три основні фактори (табл. 2.3).

Існують також бізнес-моделі, які можна робити без стартового капіталу. Наприклад, все, що дозволяє вам брати і продавати товари, не реалізовані

кимось іншим, особливо товари, які інші не можуть продати протягом двох-трьох років. Такий товар може бути виставлений на продаж.

Таблиця 2.3

Початок управління проектами міжнародної міграції

З чого потрібно починати	Опис
Ресурси	Оцініть свої знання та досвід роботи, власні кошти, обладнання, приміщення, перспективи просування, команда
Ціль	Продукція та якість, обсяги виробництва, користь для суспільства, фінансові результати
План	Бізнес-план – це ваша «дорожня карта» на майбутні 3-5 років, в якій відображені ваші дії, ресурси, гроші та фінансові результати

Джерело: складено автором за [39]

Звичайно, необхідно вибрати країну реєстрації компанії і проаналізувати систему оподаткування – це перший і найважливіший крок, який необхідно зробити при прийнятті рішення про вихід на зовнішній ринок. Глобальні бізнес-завдання при виході на міжнародні ринки можна розділити на кілька (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Завдання при підготовці до експорту

Завдання	Опис
Концепція	Системний підхід у формуванні концепції бізнес перетворень.
Нормативно-правові	Належним чином оформлення процесу створення окремої одиниці бізнесу у іншій країні.
Регуляторні	Узгодження питань, пов'язаних із сертифікацією продукції.
Економічні	Виділення фінансування.
Організаційні	Планування і виконання процесів.
Управлінські	Вибір стратегічного партнера; перехід від стратегічних міркувань до купівлі активів.
Інформаційні	Прозорість діяльності, обсягу і структури капіталу та активів підприємства, що дає змоги об'єктивно оцінити якість їх управління; дослідження статистичної бази.
Кадрові	Найм менеджерів, трудова міграція, створення умов для продуктивної праці; забезпечення кваліфікованими аналітиками.

Джерело: складено автором за [61]

Очевидно, що ідеального рішення для кожного виду бізнесу не існує. Наприклад, якщо було вирішено розпочати свій бізнес у певній країні, було б доцільно розпочати реєстрацію та організацію бізнесу в цій країні.

Якщо планується працювати в кількох країнах ЄС одночасно, не потрібно реєструвати окрему компанію в кожній країні. У цьому випадку необхідно визначитися з юрисдикцією, проаналізувати різні системи оподаткування та вибрати ту, яка найкраще підходить для роботи.

Наприклад, ІТ-компаніям важливо відповісти на питання, чи є режим IRbox. Якщо планується інвестувати всі зароблені гроші у розвиток бізнесу, чи доведеться платити податки з коштів, які вилучаються. Яка ставка ПДВ і як повертається ПДВ – актуально для торгових компаній. Для окремих видів діяльності значною є складність процедури отримання ліцензії.

Копіювати. Найшвидший спосіб створити цінність – це розвивати бізнес-модель. Водночас важливо знайти ідею, яка може запалити, і новизна цієї ідеї – не найголовніше для успіху. Можна знайти подібні компанії, які вже діють і успішні в тій чи іншій сфері зі схожими бізнес-моделями, і використовувати основні інструменти для їх вивчення та попереднього планування проекту (рис. 2.5):



Рис. 2.5. Інструменти планування проекту міжнародного бізнесу

Джерело: [42]

Після вибору юрисдикції наступним кроком є реєстрація вашого бізнесу. Тут можуть бути різні варіанти, але зазвичай для організації та підтримки процесу потрібен місцевий експерт. Хоча процес реєстрації бізнесу в багатьох країнах ЄС не є складним, більшість кроків можна виконати онлайн. Однак може знадобитися особиста присутність. Наприклад, у Польщі можна зареєструвати фірму чи приватного підприємця онлайн, але перед цим потрібно особисто отримати податковий номер. На цьому етапі також обирається банк для надання послуг і відкриття рахунку.

Оренда/купівля офісів, промислових компаній. Залежно від специфіки вашого бізнесу, можуть знадобитися офіси, виробничі приміщення, склади, комерційні приміщення тощо. Тут також необхідно детально проаналізувати ринок нерухомості, місце розташування, звернути увагу на оформлення правовстановлюючих документів: договір оренди, зобов'язання щодо оренди нерухомості. Причому, йдеться не лише про контрагентів, а й про оплату комунальних послуг, податків, охорону пам'яток архітектури та багато інших нюансів. Це необхідно, щоб уникнути негативних наслідків, наприклад, штрафів за порушення режиму використання пам'яток архітектури при встановленні вивісок.

Не менш важливим кроком є наймання співробітників. З цього приводу теж є різні нюанси. Зокрема, якщо говорити про адміністративний персонал (бухгалтери, юристи тощо), то в залежності від розміру компанії можна скористатися послугами аутсорсингу, або оформити цих працівників як найманих працівників. Під час навчання працівників та укладення трудових договорів необхідно враховувати особливості законодавства про працю, захист прав працівників, особливості оподаткування заробітної плати, вимоги щодо дотримання стандартів мінімальної заробітної плати, оскільки це також може стати серйозною проблемою для компанії.

Реєстрація інтелектуальної власності. До цієї проблеми не завжди ставляться досить серйозно, що може призвести до небажаних наслідків. Тому першочерговим кроком має бути реєстрація питань інтелектуальної власності,

особливо якщо компанія використовує торгові марки чи патенти. Існують різні варіанти реєстрації прав. Щоб захистити свої права на торговельну марку (TM), є такі варіанти: зареєструвати її за Мадридською системою або у Всесвітній організації інтелектуальної власності (WOIB). Заяву на першу реєстрацію можна подати в Україні, але реєстрація у Всесвітній організації інтелектуальної власності (WOIB) здійснюється її Міжнародним офісом.

При подачі заявки можна вибрати країну, в якій буде реєстрація. Очікування реєстрації становить приблизно 18 місяців. Щодо комісійних, то ставка становить 700 швейцарських франків і вище (залежно від кількості країн, у яких зареєстровані заявка та програма).

Реєстрація торгової марки (TM) відповідно до національного законодавства країни планованої діяльності. Перевагою такого типу реєстрації є її низька вартість, але така реєстрація можлива лише в одній країні.

Реєстрація торгової марки в Європейському Союзі. Якщо планується вийти на ринок ЄС, також можна подати заявку на реєстрацію торгової марки в усіх країнах-членах ЄС одночасно. Хоча реєстраційні збори нижчі, ніж у Мадридській системі для всіх країн-членів ЄС, ризик відмови в цьому випадку більший. Адже якщо одна країна відмовить у реєстрації, торгова марка не буде зареєстрована в інших країнах ЄС.

Патент на певну корисну модель або промисловий зразок також може знадобитися, якщо компанія працює в регіоні, де використовуються корисні моделі або промислові зразки.

Важливим елементом реалізації міжнародного бізнес-проекту є отримання спеціального дозволу або ліцензії. Залежно від конкретних обставин діяльності отримання спеціальної ліцензії чи дозволу може бути обов'язковим, хоча такого обов'язку в Україні немає. Дозвіл потрібен для таких видів діяльності, як транспортування, робота з небезпечними матеріалами тощо. Існують також численні вимоги щодо сертифікації обладнання чи місця та обов'язкових медичних оглядів працівників перед прийомом на роботу. Так, наприклад, для відкриття салону краси або кафе

може знадобитися отримання документів, що дають право на роботу, в санітарно-епідеміологічних установах.

Налагодження партнерських відносин з місцевими партнерами дозволяє дуже швидко освоїти реалізацію нового проекту. Очевидно, що відразу адаптуватися до нового ринку складно, тому кращим рішенням може бути пошук місцевого партнера, який допоможе уникнути непотрібних помилок через незнання або нерозуміння деталей роботи. Однак важливим питанням у цьому випадку є реєстрація бізнесу. Акціонерна угода є невід'ємною частиною успіху компанії та допоможе запобігти корпоративним спорам і захистити компанію в майбутньому.

Важливо письмово розробити необхідну проектну документацію, в якій розмежувати зони відповідальності, права учасників на управління бізнесом та отримання дивідендів, принципи вирішення конфліктних ситуацій, процедури виходу з компанії та продажу акцій (табл. 2.6):

Таблиця 2.5

Етапи розробки проектної документації

Кроки	Опис
Ідея	Оформлення ідеї у проект
Бізнес модель	Розробка моделі життєвого шляху проекту
План	Планування змісту Вашого проекту
Оргструктура	Розробка рольової організаційно-управлінської структури та матриці відповідальності Вашого проекту»
Розклад	Розробка розкладу для одного з результатів
Комунікація	Розробка плану управління комунікаціями для проекту
Ризики	Розробка плану управління ризиками. Аналіз змін у проекті
Управління	Розробка Статуту + Плану управління проекту

Джерело: складено автором за [39]

Моніторинг і контроль за прогресом проекту є важливими для того, щоб проект продовжувався. Регулярні перевірки членів команди та зацікавлених сторін можуть допомогти виявити та вирішити будь-які проблеми, що виникають.

Управління ризиками є важливим аспектом управління корпоративними проектами для міграції. Визначення потенційних ризиків і розробка планів на

випадок надзвичайних ситуацій може допомогти пом'якшити вплив будь-яких несподіваних подій.

Забезпечення дотримання місцевих законів і правил має важливе значення для успіху на зовнішньоекономічних ринках. Важливо бути в курсі нормативних змін і звертатися за юридичною консультацією, щоб забезпечити відповідність.

Налагодження стосунків із місцевими підприємствами, державними службовцями та іншими зацікавленими сторонами має важливе значення для успіху на зовнішньоекономічних ринках. Налагодження зв'язків і довіри можуть допомогти налагодити зв'язки та зміцнити довіру.

Маркетинг глобального бізнесу передбачає адаптацію до місцевих культурних і соціальних норм, а також мови та стилів спілкування. Для цього може знадобитися створення локалізованих маркетингових кампаній і повідомлень, які резонуватимуть із цільовою аудиторією. Крім того, глобальний маркетинг також передбачає використання технологій і цифрових платформ для охоплення ширшої аудиторії та взаємодії з клієнтами в режимі реального часу. Соціальні медіа, маркетинг електронною поштою та пошукова оптимізація – це лише деякі приклади тактик цифрового маркетингу, які можна використовувати для розширення охоплення бізнесу на зовнішніх ринках. Підводячи підсумок, маркетинг для глобального бізнесу передбачає збір і аналіз інформації, адаптацію до місцевих культурних норм, використання технологій і цифрових платформ, а також координацію бізнес-функції для надання цінності новим клієнтам. Дотримуючись цих стратегій, компанії можуть успішно просувати свої продукти та послуги на зовнішніх ринках і досягати довгострокового зростання та успіху.

Хоча це може бути правдою в контексті економічної теорії, це не має прямого відношення до обговорення глобальних маркетингових стратегій. Виходячи на зовнішні ринки, глобальні компанії повинні враховувати ряд економічних факторів, таких як обмінні курси, тарифи та місцеве трудове

законодавство, але ці міркування є лише одним з аспектів «глобальної глобальної маркетингової стратегії» [43, с. 159].

Бренд-маркетинг означає впізнаваність компанії на ринку, тобто відсоток загальної аудиторії, яка знає про існування продукту. Якщо відсоток низький, потрібно не тільки працювати над продажами, а й впливати на впізнаваність бренду.

Маркетинг ефективності – це канал вимірювання, де в гру вступає економіка одиниці (фінансова модель, яка використовується для розрахунку прибутковості продукту чи послуги компанії та вартості залучення клієнтів). У цьому випадку потрібно знати, як привернути увагу потенційного клієнта і спонукати його купити.

Перешкодою для виходу компанії на міжнародний ринок є недостатній рівень лояльності та впізнаваності (ставлення бренду до громадськості та репутації компанії в цілому). Зазначеним питанням необхідно приділяти достатню увагу.

Споживча культура на ринку передбачає вироблення нав'язливої стратегії. Під час виходу на міжнародний ринок важливим завданням є визначення вашої цільової аудиторії, створення бізнес-моделі та пошук способів перевершити звичайні ринкові очікування.

Проводячи дослідження та знаходячи або знайомлячись з представниками цільової аудиторії компанії, які є корінними жителями країни. Інструменти маркетингу можна коригувати. Можна діяти не у формі продажу, а у формі допомоги, поради. Сьогодні багато іноземних компаній-партнерів готові до діалогу з інвесторами [57, с. 224].

Перш ніж виходити на міжнародний рівень, вам потрібно відповісти на такі запитання щодо вашої маркетингової стратегії:

- де потенційні клієнти в першу чергу можуть побачити інформацію про ваш бізнес? (Ключові моменти для розвитку знання бренду),
- чому потенційні клієнти миттєво стають лояльними до вашого бізнесу,

- які інструменти можна використовувати для отримання контактних даних потенційних клієнтів? Як залучити клієнтів (CRM, генерація потенційних клієнтів), як утримати потенційних клієнтів? (Зв'язок, зміст).

- як стимулювати збут.

- які комунікації будуть здійснюватися з клієнтами, які придбали товари/послуги компанії.

Незалежно від того, працює компанія в Україні чи виходить на міжнародні ринки, це питання, на які завжди потрібно шукати відповіді.

Питання про те, як компанія повинна залучати клієнтів з іншої країни:

– Рекламне покриття. Який сенс створювати знання про свій бізнес і утримувати потенційних клієнтів?

- Організація дорожнього руху. Як змусити клієнтів зв'язатися з вашою компанією?

- Наповнити базу клієнтами. Як отримати контактні дані клієнта? Продажі. Як побудувати переговорний процес, щоб «підштовхнути» клієнта до продажу?

- Управління клієнтами. Як структуровані ваші процеси обслуговування клієнтів, щоб забезпечити максимальне задоволення та безперервну співпрацю? Окремі комерційні служби (мисливці) та працівники, які виконали свої зобов'язання перед клієнтами)

– Повторні продажі. Як ви мотивуєте клієнтів робити повторні продажі та які продукти ви їм перепродаєте? Як створити повторні продажі та можливість збільшити LTV (загальну суму грошей, яку клієнт залишається з вами протягом певного часу).

Об'єм продаж. Якщо компанія не має прямих B2B продажів в Україні та не має професійних B2B продавців, то вони точно знадобляться для розвитку глобального ринку. Це мають бути люди, які вміють систематично продавати іншим підприємствам, довгостроково планувати, вести переговори, визначати потреби і, звичайно, вільно володіти принаймні англійською, бажано місцевою

мовою вибраного цільового ринку. Крім того, що ця функція синхронізована з маркетингом, вони повинні працювати як згуртована команда.

Керівнику проекту також необхідно знати, як швидко і в якому обсязі команда може збільшити виробництво за потреби. Для сервісних компаній виробництво – це ресурс, який надасть послуги, команда, інструменти тощо. Наскільки технологічним є виробництво? Як його можна покращити та зробити ефективнішим?

Також важливим елементом є необхідність оцінки надійності постачальників. Наприклад, багато підприємств легкої промисловості в Україні покладаються на імпорتنу сировину, що стало проблематичним через широкомасштабне вторгнення Росії в Україну.

Експорт компаній-виробників можна розділити на три етапи:

Підготовка компанії та продукції до експорту. Список завдань для цього кроку дуже відрізняється і може бути зовсім іншим. Як правило, наші компанії докладають серйозних маркетингових зусиль – «упаковують» всю компанію і продукт. На цьому етапі необхідно провести аналітичне дослідження для визначення цільових ринків: головне завдання – визначити ринки, на які можна вийти з найменшими витратами та з найменшою підготовкою до експорту.

Для укладання експортних продажів необхідно організувати систематичний експортний продаж. Коли робота на місцевому ринку проводиться добре, компанія може легше та швидше організувати систематичну експортну роботу. Розроблені на першому етапі маркетингові матеріали покликані полегшити роботу відділу продажів і значно підвищити ефективність роботи. Надалі зв'язати ці ринки буде простіше: система працює. Проблеми громадян залишаються важливими. Вільного володіння англійською часто недостатньо: вам потрібні продавці, які вільно володіють мовою вашого цільового ринку: французькою, німецькою, арабською тощо.

Організація зовнішньоекономічної діяльності. Головне завдання цього етапу – забезпечити мінімальну вартість продукту з урахуванням усіх ризиків

на цільовому ринку. Комплекс робіт з розробки схеми угоди та формування міжнародного контракту. Договір – це індивідуально складений документ, який юридично відображає та фіксує фактичні домовленості між сторонами: з точки зору фінансів, страхування, прийому-передачі, умов поставки тощо. Це не зразок, завантажений з Інтернету, відключений від реальності вашої ситуації.

Отже, досвідчений підприємець точно знає, що відкриття бізнесу – це інвестиція ресурсів: часу, фінансів та досвіду. Вихід на зовнішні ринки – це дійсно стартап, і водночас нова можливість розвитку. Єдиного рішення в цій сфері немає. Бізнеси всі різні, в різних ситуаціях і з різними життєвими ситуаціями.

2.3. Оцінка потреби в ресурсах для переміщення бізнесу

Ефективність міжнародного бізнес-проекту характеризується системою показників, що виражають співвідношення вигоди/витрати.

Показники ефективності:

- комерційні показники ефективності з урахуванням фінансового впливу реалізації проекту на його безпосередніх учасників;
- показники економічної вигоди, які враховують економічні вигоди та витрати проекту, включають оцінку екологічних і соціальних наслідків і дозволяють їх виміряти в грошовому еквіваленті;
- показники бюджетної ефективності відображають фінансовий вплив реалізації проекту на державний та місцеві бюджети.

Залежно від тривалості проектного циклу оцінка показників ефективності може відрізнятися. Показники ефективності бізнесу можна розрахувати не тільки за весь проектний цикл, а й за місяць, квартал, рік.

Для оцінки ефективності проекту було використано два набори методів:

- формалізація (відноситься до використання математичних засобів для розрахунку показників),

- неформальні (рейтинги, рівень компетентності менеджерів щодо реалізації проекту, рівень розвитку інфраструктури для забезпечення реалізації проекту).

Оцінка економічного ефекту враховує необхідність інвестування в інноваційні проекти і, отже, базується на інвестиційних аспектах. Економічний ефект залежить від перевищення розрахункової вартості інноваційної діяльності над розрахунковою вартістю, пов'язаною з нею.

Процес оцінки фінансових витрат і процесів переміщення бізнесу передбачає детальний аналіз фінансових показників компанії та визначення оптимальних стратегій переміщення бізнесу.

Перш за все, необхідно провести аналіз фінансового стану підприємства, включаючи оцінку доходів і витрат, балансу, прибутків і збитків, а також інших фінансових показників.

Загальна схема фінансової частини інвестиційного проекту будується в такому порядку:

- аналіз фінансового стану підприємства за останні 3-5 років діяльності;
- аналіз фінансового стану підприємства при підготовці інвестиційних проектів;
- визначення інвестиційних потреб;
- встановлювати джерела фінансування інвестицій та їх вартість;
- аналіз точки беззбитковості основних видів продукції;
- прогнозування прибутків і грошових потоків при здійсненні інвестиційних проектів;
- оцінка ефективності інвестиційних проектів.

Найбільш відповідальною стороною фінансової частини проекту є його інвестиційна складова, яка включає:

- визначення інвестиційних потреб компаній на основі проектів;
- створення джерел фінансування інвестиційних потреб;

- оцінка інвестиційних витрат на реалізацію інвестиційних проектів;
- прогнозування прибутків і грошових потоків, пов'язаних з реалізацією проекту;
- оцінка показників ефективності проекту.

Фінансовий аналіз – це аналіз фінансової рентабельності, потреб у фінансуванні, фінансовий аналіз компанії, що здійснює інноваційний проект. За результатами фінансового аналізу необхідно відповісти на питання, чи фінансово життєздатний цей міжнародний бізнес-проект.

З фінансової звітності підприємства, наприклад балансу, звіту про фінансові результати, звіту про аналіз фінансового стану підприємства, необхідно зібрати фінансову інформацію про підприємство за останні роки (рис. 2.6):



Рис. 2.6 Порядок проведення розрахунків та розробки фінансової моделі
Джерело: складено автором за [57]

Після збору інформації необхідно провести аналіз фінансових показників компанії (див. табл. 2.6). Далі слід визначити оптимальну стратегію переміщення бізнесу. Це може включати перенесення бізнесу в інше місце або країну, продаж бізнесу, злиття з іншою компанією або ліцензування технологій. Наприклад, для досягнення успіху в галузі електронної комерції в сучасних українських умовах компанія повинна володіти такими ключовими перевагами, як якість товару та конкурентоспроможна ціна. Сам факт відкриття інтернет-магазину не є достатнім для привернення уваги споживачів. Крім ціни, існує безліч інших емоційних факторів, що впливають на успіх бізнесу.

Таблиця 2.6

Дослідження фінансових показників

Фінансові показники	Що потрібно дослідити
Доходи	скільки компанія заробляє на продажу своїх товарів та послуг.
Витрати	скільки коштує компанії виробництво та продаж товарів та послуг.
Прибуток	скільки залишається коштів після оплати всіх витрат.
Збитки	скільки втрачає компанія, якщо вона працює з втратою.
Баланс	скільки активів та пасивів має компанія.
Готівка	скільки грошей має компанія на рахунку.
Заборгованості	скільки грошей компанія повинна іншим компаніям або особам.
Капітал	скільки грошей вкладено в компанію її власниками.

Джерело: складено автором за [57]

Проаналізувавши фінансові показники компанії, можна визначити потенційні ризики та можливості для збільшення прибутку та зниження витрат. На основі цього аналізу можна визначити оптимальну стратегію переміщення бізнесу, виявити потенційні ризики та можливості збільшення прибутку та скорочення витрат.

Коли компанія мігрує в іншу країну, необхідно враховувати особливості фінансової ситуації та ринку цієї країни. Для визначення потенційних ризиків і можливостей можна вжити відповідних заходів (Табл. 2.7.):

Методи оцінки фінансового ризику

Метод оцінки фінансових ризиків	Що потрібно дослідити
Дослідити ринок	ознайомитися з особливостями ринку та конкурентами, визначити можливості для розвитку бізнесу та потенційні загрози.
Аналізувати фінансову ситуацію	дослідити фінансову ситуацію компанії у новій країні, порівняти її з попередньою фінансовою ситуацією, визначити можливості для збільшення прибутку та зменшення витрат.
Вивчити законодавство	ознайомитися з правилами та законами, що регулюють діяльність компаній у новій країні, визначити можливі ризики та обмеження для бізнесу.
Встановити контакти	встановити контакти з місцевими підприємцями та експертами, щоб отримати додаткову інформацію про ринок та фінансову ситуацію.
Розробити стратегію	на основі отриманої інформації розробити оптимальну стратегію переміщення бізнесу, враховуючи потенційні ризики та можливості для збільшення прибутку та зменшення витрат. Проведення такого аналізу допоможе компанії максимально ефективно пристосуватися до нової фінансової ситуації та забезпечити успішний розвиток бізнесу у новій країні.

Джерело: складено автором за [30]

Можна також розглянути варіант купівлі вже існуючого бізнесу. Такий підхід є популярним серед іммігрантів до розвинених країн, таких як Канада, США та Австралія, де діють відповідні міграційні програми для бізнесу. Продаж бізнесу є складним та відповідальним процесом, що потребує ретельної підготовки та аналізу. Зазвичай, бізнеси, що виставляються на продаж, є невеликими за розміром, а їх успіх часто залежить від особистості власника. Існує ризик, що зі зміною власника можуть знизитися обсяги продажів і бізнес втрачатиме успіх. Це слід враховувати кожному мігранту, який вирішить скористатися цим шляхом. Якщо розглядати ситуацію з боку продавця, то власник, який планує продати свій бізнес, повинен дотримуватися наступних кроків (див. табл. 2.8).

Дії щодо продажу компанії

Дії щодо продажу компанії	Що потрібно зробити
Оцінка	Оцінка бізнесу за допомогою професійних оцінювачів, щоб визначити ринкову вартість вашого бізнесу.
Документи	Підготовка всієї необхідної документації, таку як фінансові звіти, договори, ліцензії тощо.
Допомога	Залучення професіоналів, таких як юристи та бухгалтери, щоб отримати консультації та допомогу у підготовці документації.
Пошук покупця	Пошук покупця через різні канали для пошуку покупця, такі як оголошення, бізнес-мережі та рекомендації.
Переговори	Провести переговори з потенційними покупцями, визначити умови продажу та підписати договір.
Передача	Після підписання договору необхідно здійснити передачу бізнесу, включаючи всю документацію та активи.

Джерело [30]

Продаж бізнесу може зайняти час і багато зусиль, але гарна підготовка та професійний підхід допоможуть вам досягти успіху в цьому процесі.

Недоліки та основні помилки фінансового планування:

– недостатнє знання ринку, його можливостей, тенденцій розвитку, конкуренції, слабка аргументація можливих обсягів реалізації продукції (послуг)

- нечіткі цілі проекту
- наявність невирішених проблем в проекті
- заниження вартості реалізації проекту
- заниження собівартості продукції та послуг
- нереальні терміни виконання проекту
- немає чіткого плану просування товару
- немає чіткої системи повернення позичених коштів

При виборі оптимальної стратегії слід враховувати різні фактори, включаючи фінансові витрати на переміщення бізнесу, можливості збільшення прибутку та зменшення витрат, ризики та потенційні перешкоди.

Облік витрат для кожної роботи включає визначення, планування ресурсів і бюджетування; Ці набори планів складають будівельні блоки або найнижчий рівень ієрархічної системи двостороннього планування та систем контролю.

Облік витрат базується на таких принципах:

1. Відповідальна особа.
2. Ретельно визначте роботу, яку потрібно виконати та оцініть.
3. Кожен робочий пакет має бюджет ресурсів і витрат.
4. Виконайте аналізи та підготуйте звіти.

Розробку структури розбивки робіт можна здійснити шляхом уточнення елементів, які складаються з елементів попереднього рівня на основі висхідного підходу (рис. 2.6):



Рис. 2.6. Структура витрат на проєкт переміщення бізнесу

Джерело: Складено автором за [29]

Перший рівень стосується всіх витрат проекту. Другий рівень - основні елементи: матеріали, вузли, комплектуючі; витрати на обслуговування обладнання; витрати на заробітну плату; Інші витрати.

Третій рівень – ще один підрозділ. Як показано на рисунку 2.6, для витрат на робочу силу це будуть: витрати на відбір і навчання; витрати на оплату праці на доставку та монтаж обладнання; витрати на програмне забезпечення.

Для підрозділу також можливі додаткові рівні, які поділяються на такі підрозділи, як зарплата конкретних співробітників: маркетолог, продавець, програміст: програміст; системний аналітик; оператор та ін. Ця структура дозволяє збирати інформацію про витрати, аналізувати та готувати звіти про витрати для будь-якої послуги чи елемента роботи. Тому складна структура проекту забезпечує необхідну інформацію для подальшого планування та контролю його умов, ресурсів і витрат (див. рис. 2.7)



Рис. 2.7. Структура проекту міжнародного бізнесу

Джерело: складено автором за [49]

Для оцінки грошових потоків, фінансових витрат і процесів переміщення бізнесу необхідно мати чіткий план дій і провести детальний

аналіз усіх факторів, які можуть вплинути на успіх проекту перенесення бізнесу ТОВ «Сонячне світло» (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Грошовий потік ТОВ «Сонячне світло»

Назва показника	1й рік	2й рік	3й рік	Всього
ОПЕРАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ				
Доходи операційної діяльності	178 000	528 000	612 000	1 318 000
Витрати операційної діяльності	-178 907	-415 723	-437 826	-1 032 457
Грошовий потік від операційної діяльності	-907	112 277	174 174	285 543
ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ				
Доходи інвестиційної діяльності	43 234			43 234
Власні інвестиції	35000			35000
Власні кошти в операційну діяльність	8 234			8 234
Витрати інвестиційної діяльності	-35 000			-35 000
Грошовий потік від інвестиційної діяльності	8 234			8 234
ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ				
Доходи фінансової діяльності				
Витрати фінансової діяльності				
Грошовий потік від інвестиційної діяльності				
Загальний грошовий потік	7 327	112 277	174 174	293 777
Загальний грошовий потік накопичено	7 327	119 604	293 777	

Одним із важливих питань управління проектами є питання планування ресурсів. Іноді компанія не вміє правильно планувати та не надає достатньо ресурсів команді проекту, що в кінцевому підсумку призводить до негативних результатів.

Планування ресурсів є ітеративним процесом. Цей процес тісно пов'язаний з оперативним плануванням, плануванням витрат і плануванням проекту та може використовуватися для перегляду результатів планування ресурсів.

Планування ресурсів включає наступні етапи:

1. Оцінка потреб у ресурсах.
2. Підготовка переліку вимог до інженерних ресурсів.
3. Складання таблиці доступності ресурсів.
4. Створення гістограми ресурсів.

5. Порівняння попиту на ресурси з їх доступністю для визначення дефіциту або надлишку ресурсів.

6. Використання прогнозів моделювання для розробки нових планів.

7. Згладжування гістограми ресурсів шляхом своєчасної роботи в командах.

8. Використання методів планування в умовах обмежених ресурсів або часу, якщо це необхідно.

9. Перепланування календаря.

10. Контроль та побудова нових ресурсних планів і гістограм.

Планування ресурсів також передбачає визначення постачальників ресурсів для проекту, врахування факторів, які впливають на доставку ресурсів, та розробку плану закупівлі ресурсів. Загалом, алгоритм планування ресурсів проекту включає три основні кроки:

- визначення ресурсу (опис ресурсу та визначення максимально доступної кількості цього ресурсу).
- зіставлення ресурсів і завдань.
- аналіз прогресу проекту та вирішення конфліктів між необхідними та доступними ресурсами.

Оскільки наявність ресурсів, необхідних для завершення роботи, є ключовим фактором в управлінні проектом, лише після опису доступних ресурсів керівник може розробити реалістичний план. Обсяг необхідних ресурсів безпосередньо залежить від розміру проекту, тобто обсягу роботи, яку необхідно виконати.

Крім того, необхідно мати команду експертів, яка забезпечить необхідну підтримку та експертизу під час реалізації проекту. Дуже часто планування нового проекту розпочинається з наявних ресурсів. Логіка така: якщо у знайомого є торговий центр з вільними площами, їх потрібно використати. Однак цього слід уникати. Якщо є правильна модель, відповідна команда та кілька років наполегливої праці, ресурси завжди знайдуться, адже вони самі

шукають такий бізнес. Однак процес залучення інвестицій може бути складним, іноді вимагає отримання сотень відмов перед досягненням успіху.

Варто бути готовим до такого сценарію. Багато людей, отримавши негативну відповідь на свій стартап, відмовляються від нього, що є неприпустимим. Потрібно презентувати свій проект багатьом інвесторам для досягнення результату у вигляді ефективного інвестування.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ БІЗНЕСУ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

3.1. Проблеми бізнесу при виході на міжнародні ринки

В Україні зараз спостерігається міграційна криза, щорічне зменшення населення спостерігається протягом 2002-2023 років [78]. Багато виїхали через збройний напад 2022 року і можуть не повернутися. Можливість збільшення населення в основному пов'язана з імміграцією в Україну.

Найменша чисельність населення України за досліджуваний період спостерігалась у 2014 та 2022 роках, тож зменшення у 2014 році становило майже 2,5 млн осіб, або 5,4% порівняно з попереднім роком. Офіційної інформації про скорочення населення у 2022 році немає, але за неперевіреними оцінками воно може сягнути понад 5 мільйонів осіб. Однією з головних причин була політична ситуація та військова агресія проти України, що призвело до різкого скорочення населення.

Загалом кількість вибулих має тенденцію до зменшення, але значний приріст у 2013 році (на 52,3% більше, ніж у 2014), незначне зростання у 2018 році (на 19,9% більше, ніж у попередньому році). У 2016 році кількість тих, хто покинув країну, значно зменшилася (на 69,8% порівняно з 2015 роком). Загалом показники кількості доходів мають тенденцію до зростання.

В даний час населення деяких країн Азії та Африки збільшується, а умови життя погіршуються через підвищення температури. Тому потрібно думати про залучення в Україну активних іноземців, які мають можливість і бажання створювати бізнес і робочі місця. З огляду на зазначене, Україна є перспективною країною для прийому мігрантів, у тому числі бізнесменів. Крім того, компанії, які працюють в Україні, особливо з іноземним капіталом, мають дуже високий потенціал для виходу на міжнародні ринки.

Сьогодні дійсно є іноземці, які хочуть отримати посвідку на проживання в Україні за рахунок інвестицій. На жаль, надана в країні можливість легалізувати інвесторів не працює.

При цьому самі бізнесмени роблять помилки. Які помилки роблять бізнесмени на ранніх етапах міграції чи масштабування?

Всі розуміють, що коли починаєш кататися на гірських лижах або сноуборді, краще звернутися до тренера - так швидше навчишся. Якщо ви хочете підкорити гірські вершини або небо, без досвідченого наставника абсолютно ніяк - ціна незнання занадто висока.

Часто підприємці, намагаючись винайти «новий велосипед», починають витратити час і гроші, де вони можуть ефективно вирішити вже стандартизовану задачу і сконцентруватися на своєму продукті. Вони будують стратегії виключно на основі свого досвіду та збирають помилки, які не обов'язково допускаються і які у випадку експорту коштують досить дорого.

Поетапно готуючись до запуску експорту, важливо мати огляд, розуміти, що для вас зараз важливо, а що в даний момент ні.

Багато експортних стартапів перебувають у ситуації постійного експорту:

- отримати всі можливі європейські сертифікати, не тільки не запускаючи експортні продажі, але навіть не визначаючи, де знаходиться його цільовий ринок;

- надто довго готуються, намагаються вдосконалювати свої маркетингові матеріали, перекладати їх на різні мови (про всяк випадок);

- вони просто шукають клієнта, не усвідомлюючи, що компанія повинна бути готова працювати із зовнішньоекономічними контрактами;

- і найпоширеніша помилка – почати виробництво, а потім почати розвивати експортні продажі.

Тобто їх цікавить процес експорту, а не робота на результат. І важливо пам'ятати: часто потрібно визначитися, чого сьогодні не робити – прибрати

непотрібне. І зосередитися на вузьких місцях, які заважають нам досягти мети почати роботу на глобальних ринках.

Звичайно, необхідно розвивати експортний потенціал. Проте наразі запроваджено додаткові обмеження для експорту з України, що ускладнює для деяких компаній ведення активної господарської діяльності за кордоном.

Так, внесено зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2022 року № 1466 «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорту яких підлягає ліцензуванню, та квотування на 2023 рік». Вони розширюють перелік сільгосппродукції, що підлягає ліцензуванню на експорт, до п'яти країн ЄС.

Заявки на отримання ліцензій на експорт цих товарів до Болгарії, Румунії, Словаччини, Угорщини та Польщі розглядаються протягом 30 днів у порядку, встановленому Мінекономіки.

Відповідно до постанови КМУ від 31 жовтня № 1133 ліцензуванню підлягають пшениця та суміші пшениці та жита (меслін), ячмінь, овес, кукурудза, соя, ріпак, насіння соняшнику та соняшникова, соєва та ріпакова олії та шроту.

Раніше ліцензія була потрібна лише у 2023 році для пшениці, кукурудзи, ріпаку та соняшнику. «Розгляд заяв про видачу ліцензій на експорт товарів, зазначених у цьому додатку, здійснюється в порядку, встановленому Мінекономіки, за умови пред'явлення заявником (суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності) чинного свідоцтва платника ПДВ. від платника податків та нерезидента (товар) підтвердження про відкриття покупцем рахунку в банку)».

Тому внесено зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2022 року № 1466 «Про затвердження переліку товарів, імпорту та експорту яких підлягає ліцензуванню та квотуванню на 2023 рік». Перелік сільськогосподарської продукції, для експорту якої потрібна ліцензія, розширено до п'яти країн ЄС.

Проте у 2023 році українські компанії продовжують проявляти активний інтерес до виходу на зовнішні ринки. Причини ті ж, що й у 2022 році.

По-перше, практично неможливо діяти у ворожих або тимчасово окупованих районах. Торік перед власниками постало питання: переїхати чи закрити. Звичайно, більшість підприємців змінили місцезнаходження свого бізнесу в межах держави, але значна кількість (переважно ІТ-компанії) обрали інші країни.

По-друге, багато підприємців, які працюють навіть у віддалених і ворожих районах, вирішують диверсифікувати свою діяльність і відкривають філії за кордоном. По-третє, звільнення України від імпорتنих мит на продукцію ЄС, деякі спрощення при реєстрації бізнесу, відкритті банківських рахунків, легалізації українців на території того ж Союзу європейських та інших країн стали приводами для виходу компаній на великі міжнародні ринки.

Безсумнівно, українські підприємці мають ще багато проблем, які потрібно вирішити за кордоном. Навіть успішні вітчизняні компанії не можуть просто скопіювати свої бізнес-процеси в будь-якій країні: кожен ринок має свої відмінності. Підприємці стикаються з різними рівнями конкуренції зі значними відмінностями з точки зору регуляторних та податкових правил, маркетингових методів, логістичних проблем, найму талантів тощо. Рекомендую звернути особливу увагу на юридичні питання, вирішення яких необхідно для виходу на зовнішні ринки.

Основна помилка при виході компанії на міжнародний ринок – невдалий старт. Важливо добре подумати. В Україні криза, тому бізнес повинен адаптуватися до нових умов і шукати шляхи реалізації своєї продукції на інших ринках. Варто зосередитися на керованих інструментах – цифровий маркетинг, розрахунок вартості кожного клієнта, активні прямі продажі тощо.

Розвиток бізнесу в Україні зобов'язаний відбуватися в умовах ринкової трансформації економіки країни. Зважаючи на це, загальні економічні труднощі можуть призвести лише до загострення або виникнення певних

проблем у різних галузях чи секторах економіки, у тому числі у міжнародній торгівлі.

Організатори міжнародного бізнесу часто стикаються з політичними та правовими, організаційно-структурними, економічними та психосоціальними проблемами.

Політико-правові проблеми виникають через недосконалість або відсутність необхідних законодавчих актів, їх довільне тлумачення та потенційні можливості скомпрометувати політичну стабільність нашої країни та наших іноземних партнерів.

Організаційно-структурні проблеми розвитку міжнародної торгівлі зумовлені насамперед недосконалістю та нерозвиненістю системи внутрішньої ринкової інфраструктури, повільною інтеграцією України в міжнародний політико-економічний ландшафт та консервативним процесом прийняття рішень.

Економічні проблеми розвитку міжнародної торгівлі зумовлені недостатнім обміном національної валюти, порушенням принципів ринкового ціноутворення, недосконалістю систем стимулювання реального сектору економіки, відсутністю ефективної системи міжнародного маркетингу як умови ефективного спілкування між компаніями. Міжнародний попит і пропозиція.

Соціально-економічні проблеми розвитку міжнародної торгівлі зумовлені консервативним економічним мисленням, відсутністю професійного досвіду управління значною частиною дисципліни міжнародних економічних відносин, неприйняттям певних форм міжнародної торгівлі окремими верствами суспільства та відсутність знань, іноземних мов тощо.

Проблеми, зумовлені вищезазначеними причинами, в кінцевому підсумку перешкоджатимуть надходженню інвестицій в Україну та визначатимуть певні тенденції розвитку міжнародної торгівлі в нашій країні.

По-перше, найактивнішу підприємницьку діяльність в Україні здійснюють партнери з промислово розвинутих країн, капітали яких характеризуються високою мобільністю.

По-друге, спільні підприємства в основному створюються на двосторонній основі з метою здійснення промислової діяльності.

По-третє, початкові іноземні інвестиції були низькими, а іноземні партнери не почувалися безпечно на незнайомому українському ринку.

По-четверте, більшість іноземних компаній, особливо малих і середніх підприємств, орієнтуються на швидке повернення невеликих капіталовкладень і ділових інтересів у одноразових операціях, часто спекулятивного характеру. По-п'яте, міжнародна підприємницька діяльність зосереджена в технологічних, промислових і виробничих центрах України. Сучасна практика управління свідчить, що зазначені вище проблеми та тенденції різною мірою існують на всіх рівнях управління спільними підприємствами – виробничому, галузевому, регіональному, національному, міжнародному.

Тому їх вирішення вимагає єдності в діях кожної ланки реалізації бізнес-проекту, формування стратегії масштабування та ефективної системи управління бізнес-процесами.

3.2. Застосування інновацій для розвитку проектів іноземних компаній в Україні

Вага інформаційної економіки продовжує зростати і в економічно розвинутих країнах її частка становить від 60 до 90% загального робочого дня, тоді як на початку століття вона становила трохи більше 5-10%. З початку нашої ери знадобилося 1750 років, щоб подвоїти обсяг знань, друге подвоєння відбулося в 1900 році, третє до 1950 року. Сьогодні обсяг інформації подвоюється майже щороку. Це те, що називається інформаційним вибухом.

Впровадження нової адміністративно-планової економіки було досягнуто завдяки активному втручанню держави та централізованому бюджетному фінансуванню. В ринкових умовах старий механізм запровадження нових уже не працює, а нові лише формуються.

На зміну окремим формам і методам економічної рівноваги прийшли інші. Розвиваються нові форми організації економіки та організаційної діяльності, а «конкуренція» означає змагання. У цій ситуації промислові підприємства повинні здійснювати інноваційну діяльність.

Ще однією характерною рисою сучасної епохи, епохи науки і високих технологій, є процес мініатюризації, коли людина витрачає все менше матеріалів на вирішення поставленої задачі. Тобто технічний прогрес супроводжується зростанням продуктивності праці, що виявляється у заміні матеріальних ресурсів (речовини, обсягу, енергії) інтелектуальними та інформаційними.

Одним із факторів, що сприяє активній інноваційній діяльності підприємств, є наявність інноваційного проекту, здатного до розвитку. Одна з проблем полягає в інноваційному управлінні бізнесом. Управління інноваціями – відносно новий процес для України. Останнім часом інновації та інноваційний розвиток сильно постраждали. Вплив невизначених факторів визначає високий ризик такої діяльності.

Цей ризик стає особливо значущим в умовах економічної трансформації (в тому числі з об'єктивних причин), коли багато важливих рішень приймаються за відсутності інформації. Проблеми ризику відіграють важливу роль у дослідженні ринку, що передує розробці та впровадженню інновацій і, зокрема, маркетинговій діяльності.

У 2023 році в Україні працює кілька закладів підтримки інноваційної діяльності.

Перший – це Фонд розвитку інновацій – державний фонд, створений за ініціатииви Кабінету Міністрів України для сприяння створенню та розвитку українських технологічних стартапів із ранніх етапів їх розвитку з метою

підвищення їх глобальної конкурентоспроможності. (Розпорядження Кабінету Міністрів України від 07.11.2018 р. № 895).

Основними місіями Фонду є:

– Надання безповоротної фінансової підтримки на конкурсних засадах комерційним суб'єктам приватного сектору економіки, які здійснюють інноваційну діяльність з метою комерціалізації її результатів, або на конкурсних засадах інноваційним проектам з високим потенціалом успіху комерційного фінансування,

- залучення фінансування в інноваційний сектор від громадських організацій, українських компаній та установ, міжнародних та іноземних урядів, неурядових фінансових та неурядових організацій, а також фізичних осіб,

- організація та конкурсний відбір інноваційних проектів та послуг, фінансова та/або технічна допомога для їх реалізації,

- популяризація інноваційних розробок суб'єктів приватного підприємництва серед потенційних українських та іноземних споживачів і покупців інноваційної продукції.

Фонд призначений для підтримки інноваційних проектів та моніторингу їх ефективної реалізації та цільового використання наданих коштів.

Станом на 1 березня 2023 року цим Фондом оброблено понад 3700 заявок, сума наданих грантів склала понад 160 млн грн, профінансовано понад 229 стартапів.

Далі – Державна інноваційна фінансово-кредитна установа, створена з метою фінансової підтримки інноваційної діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, залучення вітчизняних та іноземних інвестицій з метою сприяння розвитку реального сектору економіки та збільшення потенціалу національного експорту виробленої продукції. різними галузями народного господарства, займається захистом і підтримкою національного товаровиробника.

Що стосується Національного фонду досліджень України (НФДУ), то основним завданням останнього є підтримка фундаментальних наукових досліджень у галузі природничих, технічних, соціальних і гуманітарних наук, а також прикладних наукових досліджень і науково-технічних (експериментальних) наук. . у пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки.

У 2021 році НФДУ підписала договори на фінансування 208 проектів-переможців. Загальна сума запланованого фінансування субвенційних проектів згідно з укладеними договорами у 2021 році склала 660 804 825 грн. Порівняно з 2020 роком загальний обсяг фінансування субвенційних проектів у 2021 році зріс на 405 503 397 грн.

У 2021 році фінансування отримали: наукові установи на 116 проектів на загальну суму 402 852 424 грн., вищі навчальні заклади на 97 проектів на загальну суму 256 964 301 грн., інші установи на проект на суму 988 100 грн.

Мережа центрів підтримки технологій та інновацій (TISC) – це вже міжнародний проект Всесвітньої організації інтелектуальної власності, який реалізується в Україні з 2018 року на основі Меморандуму про взаєморозуміння між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та World Intellectual Property Organization (WIPO) щодо створення центрів підтримки технологій та інновацій в Україні від 26.07.2018.

Метою ЦПП є надання заявникам практичних і всебічних консультацій та підтримки у сфері права інтелектуальної власності в Україні та за кордоном, а також підвищення обізнаності представників малого та середнього бізнесу щодо придбання, використання та захисту прав інтелектуальної власності. великі компанії, стартапи, винахідники та творчі індустрії.

Проте Україна є країною з високим рівнем корупції, що створює значні ризики для іноземних бізнес-проектів. Для подолання цих ризиків можна використовувати різні інноваційні проекти. Тому на цьому питанні варто зупинитися окремо.

Завдяки наявності інформаційних баз на різних сайтах, відкритому доступу до сайту Верховної Ради України та Єдиного державного реєстру судових рішень, це дає змогу оперативно аналізувати внесені зміни до законодавства та реагувати на негативні прояви влади.

Водночас в Україні створено Електронний суд, або, як його повніше називають, Єдину судову інформаційно-телекомунікаційну систему (ЄСІТС).

Відповідно до Положення про порядок функціонування окремих підсистем ЄСІТС – це сукупність інформаційно-телекомунікаційних підсистем (модулів), що забезпечують автоматизацію процесів діяльності судів, органів та установ судової системи, визначених законодавством та Регламентом, у т.ч. : документообіг, автоматизований розподіл справ, обмін документами між судом та учасниками судового процесу, фіксування судового процесу та участі учасників судового процесу в судовому засіданні в режимі відеоконференції, оперативні збірно-аналітичні звіти, надання інформаційної допомоги суддям, а також автоматизації процесів, що відповідають фінансовим, майновим, організаційним, кадровим, інформаційно-телекомунікаційним та іншим користувачам ЄСІТС.

Ще один важливий момент – гроші. Раніше це були металеві злитки, карбувалися монети, а потім з'явилися асигнації. Зараз вони відходять від паперу, обсяг і обіг готівки в світі неухильно зменшується і мільярди віртуальних нулів перекидаються з рахунку на рахунок по всьому світу, їх ніхто не носить у валізах.

Нам зручно користуватися банківськими картками. Однак за допомогою безготівкових інструментів забезпечується повний контроль над грошима, оскільки ці операції відстежуються та реєструються. Це велика проблема при міграції, тому що не завжди можна вільно переказувати гроші між країнами.

Сьогодні такі технології, як блокчейн, виводять саму концепцію грошей як еквівалента праці та матеріальної цінності на новий рівень, а сучасні «майнери» матимуть віртуальне золото, копаючи у віртуальних копальнях, і багато з них уже мають деякі абсолютно фантастичні, але однаково віртуальне

багатство. Такі інструменти можна активно використовувати при міграції людей і бізнесу.

Відмінною рисою блокчейну є децентралізована, анонімна, автономна та відкрита система підтвердження певних угод або транзакцій. Ці транзакції можуть бути пов'язані з правом власності на що завгодно, наприклад на гроші, і тоді виробляється криптовалюта, як-от біткойн.

В Україні встановили порядок звітності про криптовалюти, де біткоіни є нематеріальним активом. Вже вивчається можливість використання блокчейну для оптимізації внутрішніх банківських транзакцій або для здійснення транзакцій між банками тощо. Тобто це ще одна функціональна технологія, якою будуть користуватися ті ж контролюючі органи, а також люди, які цього захочуть. бути вільнішими від державних структур.

Тут можна побачити компроміс між централізацією та децентралізацією. Держава ніколи добровільно не відмовиться від своєї ролі емітента та регулятора валют. Крім того, держава завжди дбає про свою безпеку і тому ніколи не матиме прозорості інформаційної системи, наприклад для закритих статей бюджету. Під приводом таємниці (щоб вороги не дізналися).

Отже, спочатку передбачається певний розумний компроміс між децентралізованою та анонімною системою підтвердження чогось, запровадженням реєстрів управління майном, управління договорами тощо та централізованою та захищеною від публічного огляду частиною інформаційної системи.

Все, начебто, добре, але саме тут криється потенціал і з'являється можливість змін. Бо не виключено, що використання блокчейну дозволить згаданим децентралізованій структурі витіснити державу. Виявляється, можна вибрати цікавий маркер. Якщо в країні інтенсивно розвиваються блокчейн-технології, якщо уряд дає їм зелене світло, чи означає це, що держава цієї країни слабшає і відпускає певні важелі контролю? Певною мірою це так. Це схоже на феномен соціальних медіа, коли люди збираються разом,

обмінюються інформацією, а держава не може повністю контролювати ці комунікації.

Таким чином, неконтрольована розробка та впровадження блокчейну становить потенційну загрозу для існування держав у сучасному розумінні. На перший погляд, у цих держав є два варіанти: або вибрати «китайський» варіант, побудувати «велику стіну» та ізолюватися від решти світу, або впасти в анархічну псевдосвободу.

Але є й третій варіант. Це варіант поділу людей не за приналежністю до державних інститутів, а за приналежністю до певних соціальних груп. Тобто еліта має шанс остаточно дистанціюватися від основної маси населення і нарешті зажити щасливим і ізольованим життям, побудувавши «земний рай» на обмеженій території для вузького кола осіб.

Поки що рівень технології блокчейн не дозволяє існувати великим децентралізованим групам людства без централізованого регулювання. Але як тільки це стане можливим, верхівка «цивілізованого» світу одразу оволодіє цією децентралізацією, а ті, кого називають аутсайдерами цього «святого життя», отримають диктатуру, тоталітаризм тощо.

Тому будь-якій людині, а особливо підприємцю, важливо підготуватися до міграційних процесів, адже в умовах обмеження прав і свобод вільного підприємництва міграція іноді може бути єдиним варіантом збереження його активів.

3.3 Шляхи вдосконалення управління міжнародним бізнесом в Україні

Динаміка глобалізації, революції у сфері інформаційних технологій та безпрецедентний розвиток інновацій призвели до посилення конкуренції на внутрішньому та світовому ринках, ускладнюючи, а часом і радикально змінюючи середовище, в якому працює бізнес.

У таких умовах виживання компанії, її конкурентоспроможність, її здатність завоювати та утримувати лідерство на ринку значною мірою залежать від її здатності реагувати на ці зміни та можливості, а також її здатності застосовувати нові методи та принципи організації бізнесу. .

Використання інноваційних технологій – використання технології блокчейн, штучного інтелекту та інших інноваційних проектів може допомогти зменшити корупційні ризики та підвищити прозорість транзакцій.

Звичайно, такий інструмент, як система електронного суду, може допомогти захистити права підприємців в Україні, але було б непогано вдосконалити його, щоб можна було швидко аналізувати перспективу судового розгляду.

Розвиток законодавчої бази – необхідно вдосконалити законодавство та створити сприятливі умови для іноземних бізнес-проектів в Україні. Це допоможе знизити ризики та забезпечити стабільність проекту.

Для вдосконалення законодавства та створення сприятливих умов для іноземних бізнес-проектів в Україні необхідно вжити наступних заходів:

1. Провести аналіз законодавства - необхідно провести аналіз законодавства та виявити законодавчі акти, які перешкоджають розвитку проектів іноземних компаній в Україні.

2. Прийняти нові закони - на основі аналізу законодавства необхідно прийняти нові закони, які сприятимуть проектам іноземних компаній в Україні.

3. Створити спеціальну комісію – щоб покращити умови для іноземних бізнес-проектів в Україні, необхідно створити спеціальну комісію, яка займатиметься цим питанням.

4. Для забезпечення захисту прав іноземних інвесторів - для залучення іноземних інвестицій в Україну необхідно забезпечити захист прав іноземних інвесторів та гарантувати їх безпеку.

5. Встановити податкові пільги – для стимулювання іноземних бізнес-проектів в Україні необхідно встановити податкові пільги та зменшити податкове навантаження на іноземні компанії.

6. Покращення інфраструктури – для залучення проектів іноземних компаній в Україну необхідно покращити інфраструктуру та забезпечити доступ до сучасних технологій.

7. Для забезпечення стабільності – для залучення іноземних інвестицій в Україну необхідно забезпечити стабільність політичної та економічної ситуації в країні.

Було б доцільним створити механізм, за якого інвестор, який здійснив інвестицію та подав документи на оформлення дозволу на імміграцію, міг би тимчасово перебувати на території України. Це могло б здійснюватися на підставі окремо виданої посвідки на тимчасове перебування або просто на підставі факту подачі документів на отримання дозволу на імміграцію через інвестиції.

У такому випадку інвестору не довелося б виконувати додаткові дії щодо тимчасової легалізації, наприклад, отримувати дозвіл на працевлаштування. Внесення змін у цьому напрямку було б логічним, оскільки інвестор, який вкладає кошти у свій бізнес в Україні, не завжди має намір працювати в цьому бізнесі особисто, а може створювати робочі місця. Надання можливості іноземцям тимчасово проживати до оформлення постійної посвідки на проживання сприяло б активізації цієї програми.

Особливо враховуючи, що останніми роками процедура видачі віз ускладнилася: замість однієї візи категорії D було запроваджено різні її модифікації. Через це іноземці, які отримали візу, наприклад, для короткострокового перебування (C-08) або довгострокового працевлаштування (D-04), не можуть змінити свій статус та податися на імміграцію без виїзду з України та оформлення нової візи категорії D-01. Це створює незручності, фінансові витрати, а також ризики під час пандемій та збройних конфліктів.

Подібні перепони зазвичай відсутні у законодавствах країн ЄС, де існує можливість легалізації без виїзду та оформлення додаткових віз. В Україні посвідка на постійне проживання для іноземців видається лише після попереднього отримання дозволу на імміграцію, який традиційно оформляється до одного року. Було б доцільним скоротити термін видачі дозволу на імміграцію для інвесторів до одного місяця та видавати його одночасно з посвідкою на постійне проживання. Звернення до відповідних органів могло б здійснюватися онлайн, наприклад, через платформу "Дія". [15]

Оскільки людина, яка інвестує в свій бізнес в Україні, не завжди хоче працювати в цьому бізнесі, але може створювати робочі місця і, отже, надавати можливість тимчасового проживання іноземцям до оформлення посвідки на постійне проживання, було б цілком доцільно, має сенс і дозволяє ця програма допоможе.

Крім того, дозвіл на імміграцію видається лише за наявності відповідної державної квоти. Було б логічно прибрати принцип квотування для інвесторів, які мігрують в Україну.

Також можна зменшити мінімальну суму інвестицій для отримання права на постійне проживання, наприклад, до 10 або 20 тисяч доларів США. Цих коштів достатньо для відкриття малого бізнесу в Україні. Завдяки цим змінам Україна могла б отримати реальні інвестиції в малий бізнес.

До речі, законодавством України не передбачено отримання дозволу на імміграцію та посвідки на проживання для іноземця – фізичної особи-підприємця, така можливість існує лише при зростанні юридичної особи, що створює дискримінацію між суб'єктами господарювання. діяльність. [18].

Для залучення іноземного капіталу пропоную розробити та впровадити можливість швидкої та безпроблемної легалізації інвесторів в Україні з урахуванням наведених пропозицій.

До речі, законодавством України не передбачено отримання дозволу на імміграцію та посвідки на проживання для іноземця – фізичної особи-

підприємця, така можливість існує лише при зростанні юридичної особи, що створює дискримінацію між суб'єктами господарювання. діяльність.

Останнім часом процедура видачі віз ускладнилася, і замість візи категорії D, яка діяла раніше, були введені різні зміни [20]. Таким чином, іноземці, які отримали візу, наприклад короткострокову C-08) або довгострокову для працевлаштування D-04, не можуть змінити свій статус і подати заяву на імміграційну (візу) без виїзду з України та оформити нову візу категорії D -01. Це дуже непрактично і дорого.

Таким чином, з метою залучення іноземного капіталу пропоную розробити та впровадити вищевказані зміни в чинне законодавство та сприяти швидкій та безпроблемній легалізації інвесторів в Україні.

Підвищення кваліфікації персоналу – необхідно забезпечити професійну підготовку персоналу для роботи в міжнародних проектах. Це також допоможе забезпечити ефективне управління проектами та збільшити їх успіх.

Для забезпечення професійної підготовки персоналу, призначеного для роботи в міжнародних проектах, необхідно здійснити наступні кроки:

1. Розробка спеціалізованих навчальних програм – необхідно розробити спеціалізовані навчальні програми, які будуть спрямовані на підготовку персоналу для роботи в міжнародних проектах.

2. Сприяння міжнародному обміну студентами – для підвищення кваліфікації та отримання досвіду роботи з іноземними партнерами необхідно сприяти міжнародному обміну студентами та викладачами.

3. Організація стажування – для отримання практичного досвіду роботи на міжнародних проектах необхідно організувати стажування в іноземних компаніях та організаціях.

4. Підвищення рівня мовної підготовки – для ефективного спілкування з іноземними партнерами необхідно підвищити рівень мовної підготовки персоналу.

5. Залучення до навчання професіоналів з міжнародним досвідом – для того, щоб отримати цінний досвід роботи на міжнародних проектах, необхідно залучати до навчання професіоналів з міжнародним досвідом.

6. Організація тренінгів та семінарів – тренінги та семінари необхідно організовувати для підвищення кваліфікації та отримання нових знань під час роботи над міжнародними проектами.

7. Сприяння розвитку професійних мереж – для обміну досвідом і знаннями, пов'язаними з роботою над міжнародними проектами, необхідно сприяти розвитку професійних мереж і спільнот.

Розвиток мережі партнерства – необхідно створити партнерство з міжнародними компаніями та організаціями, що допоможе забезпечити доступ до нових технологій та нових ринків. Для цього необхідно:

- вивчати ринок – перш ніж шукати партнерів серед міжнародних компаній і організацій, необхідно вивчити ринок і зрозуміти, які сфери діяльності найбільш перспективні для співпраці.

- встановіть контакти – для встановлення контактів з міжнародними компаніями та організаціями ви можете використовувати різні канали зв'язку, такі як електронна пошта, соціальні мережі, конференції та виставки.

- пропонувати переваги – щоб залучити партнерів до співпраці, необхідно пропонувати переваги, такі як доступ до нових технологій, ринків і можливостей розвитку бізнесу.

- розвивайте взаємовигідне співробітництво – для успішної співпраці з міжнародними партнерами необхідно розвивати взаємовигідне співробітництво, від якого виграють обидві сторони.

- забезпечення якості - для підтримки партнерських відносин з міжнародними компаніями та організаціями необхідно гарантувати якість продукції та послуг, а також дотримуватись умов співпраці.

- розвивайте особисті контакти – для підтримки партнерства з міжнародними компаніями та організаціями необхідно розвивати особисті контакти з представниками цих компаній та організацій.

- бути відкритим до нових ідей – для успішної співпраці з міжнародними партнерами необхідно бути відкритим до нових ідей і можливостей розвитку бізнесу.

Підтримка інноваційних стартапів – необхідно створити сприятливі умови для розвитку інноваційних стартапів в Україні, що сприятиме залученню іноземних інвестицій та створенню нових робочих місць.

Створення сприятливої бізнес-екосистеми – для розвитку інноваційних стартапів в Україні необхідно створити сприятливу бізнес-екосистему, яка забезпечить доступ до фінансування, інфраструктури та експертизи.

Фінансування стартапів – для залучення іноземних інвестицій в інноваційні стартапи в Україні необхідно створити сприятливі умови фінансування, такі як податкові пільги та інші інструменти.

Створення інкубаторів та акселераторів – для розвитку інноваційних стартапів в Україні необхідно створити спеціальні програми підтримки, такі як інкубатори та акселератори, які забезпечуватимуть доступ до експертизи та інфраструктури.

Залучення менторів та експертів – для успішного розвитку інноваційних стартапів в Україні необхідно залучати менторів та експертів, які допоможуть стартапам зрозуміти ринок та розвивати свій бізнес.

Розвиток ІТ-сектору – для розвитку інноваційних стартапів в Україні необхідно розвивати ІТ-сектор та надавати доступ до нових технологій та ринків.

Підтримка наукових досліджень – для успішного розвитку інноваційних стартапів в Україні необхідно підтримувати наукові дослідження та сприяти їх комерціалізації.

Сприяння міжнародній співпраці – для успішного розвитку інноваційних стартапів в Україні необхідно сприяти міжнародній співпраці та участі іноземних партнерів та інвесторів.

Моніторинг та оцінка ризиків – необхідно проводити систематичний моніторинг та оцінку ризиків для кожного проекту, що допоможе забезпечити своєчасне виявлення та попередження можливих проблем.

Визначення потенційних ризиків - перед початком проектування необхідно провести детальний аналіз потенційних ризиків, які можуть виникнути під час реалізації проекту.

Створення плану управління ризиками – на основі аналізу потенційних ризиків необхідно створити план управління ризиками, що містить опис можливих ризиків і способи їх запобігання.

Регулярний моніторинг – необхідно проводити регулярний моніторинг проекту з метою виявлення можливих ризиків і якнайшвидшого їх вирішення.

Оцінка впливу ризику – для кожного ризику необхідно оцінити його вплив на проект і визначити можливі наслідки.

Розробка плану дій – на основі виявлених ризиків та їх впливу на проект необхідно розробити план дій, що містить опис заходів щодо запобігання та вирішення проблем.

Постійне оновлення плану управління ризиками – план управління ризиками необхідно постійно оновлювати з урахуванням нових ризиків і змін існуючих ризиків.

ВИСНОВКИ

Такі фактори, як посилення глобальної конкуренції, агресивна політика різних гравців ринку, швидкі технологічні зміни, фінансова дерегуляція та інші чинники створили потребу для бізнесу розширювати свою діяльність у сучасному світі. сьогодні, що веде до популярних шляхів розвитку, таких як міжнародна експансія та переміщення бізнесу. .

У результаті підприємства консолідуються, стають більш впливовими та менш регульованими та контрольованими національними урядами та міжнародними економічними організаціями.

Мотивація міграційного процесу істотно змінюється в залежності від конкретного історичного періоду. Стратегічні мотиви, сформовані під сукупним впливом зовнішніх і внутрішніх факторів, є основними мотивами, які керують прийняттям імміграційних рішень. Основною причиною відкриття цих підприємств є зміна конкурентного середовища.

Мотиви міжнародної міграції компаній можна умовно поділити на такі: внутрішні, зумовлені необхідністю пошуку нових напрямків розвитку, зовнішні, зумовлені змінами бізнес-середовища, особистими цілями керівництва компанії.

Мігруючи та розширюючись, компанія прагне володіти додатковими активами, придбати інші компанії, розширити спектр послуг і досягти оптимального співвідношення між своїм розміром і отриманими результатами, а також між різноманітністю діяльності та різноманітністю своєї професії. . . зменшити ризики.

Власники приватного бізнесу визнали, що на ринку, який постійно змінюється, зростання конкуренції та добре розроблений і виконаний процес міграції можуть значно підвищити вартість їхнього бізнесу.

На цьому етапі важливе місце в політиці приватного підприємництва як основного стратегічного інструменту розвитку бізнесу посідають міжнародні процеси.

Міжнародні можливості стають все більш помітними та здійсненними, а власники приватного бізнесу активно використовують їх у своїх цілях.

Вплив міграційного процесу на економіку України має як позитивні, так і негативні моменти. З одного боку, вітчизняні компанії мають можливість інтегруватися з іноземними компаніями для розширення нових ринків і їх подальшого розвитку. З іншого боку, ринкова конкуренція може послабитися через відтік активних бізнесменів з країни.

Щоб захистити нашу економіку від негативних наслідків імміграції, необхідним і надійним щитом має бути контроль над цим процесом. На часі є державна політика захисту приватної власності та підвищення матеріального добробуту населення, використовуючи зазначені переваги економічної транснаціоналізації, враховуючи інтереси українського та вітчизняного товаровиробника.

Якщо Україна дійсно хоче залучити капітал і надати іноземним інвесторам в Україні можливість швидкої та безпроблемної легалізації, то необхідно більш серйозно підійти до регулювання цього питання та наслідувати програми провідних країн, таких як Кіпр, Іспанія, Португалія, Угорщина, Канада, Сполучені Штати Америки, Туреччина, Грузія.

Підвищення конкурентоспроможності української економіки в умовах глобалізації можливе лише за рахунок динамічного зростання капітальних інвестицій. Залучення необхідних фінансових ресурсів для модернізації та реструктуризації економіки може забезпечити якісний перехід від дорогої, низькотехнологічної системи до високотехнологічного, експортоорієнтованого виробництва.

Сьогодні активність на українському ринку прямих інвестицій дуже низька, що є поганим сигналом для економіки та інвестиційного середовища, тоді як зростання світових інвестицій перевищує зростання ВВП.

Слід зазначити, що перспективні з інноваційної точки зору галузі економіки залишаються інвестиційно привабливими в Україні. Це агропромисловий комплекс, переробна промисловість, логістична

інфраструктура, фармацевтика, інформаційні технології, альтернативна енергетика тощо.

Основним показником інвестиційної привабливості для потенційних покупців залишатиметься здатність компанії генерувати грошові потоки та відповідні прибутки. Успіх бізнесу також залежить від таких факторів, як правильний вибір галузі та бізнес-ідеї. Перевага залучення інвестицій відображається не тільки в галузі зі збільшенням продуктивності та прибутковості, а й у темпах зростання вище середнього по галузі, що доводить здатність компанії виживати в конкурентному середовищі. Відповідна та прибуткова бізнес-модель не менш важлива для потенційних інвесторів.

Інвестори віддають перевагу компаніям з ефективним менеджментом і чіткою стратегією розвитку бізнесу, яка впливає на фінансово-економічний стан підприємства та результати його діяльності, впливає на зміну розміру статутного капіталу та його ринкової вартості.

В умовах все більш жорсткої конкуренції наявність захисних конкурентних переваг є важливою умовою високої вартості акцій компанії на ринку.

Практичне бізнес-мислення, планування та чітка організаційна структура дозволяють збирати інформацію про витрати, аналізувати та готувати звіти про витрати для будь-якого відділу чи робочого елемента.

Повна структура проекту надає необхідну інформацію для подальшого планування та контролю його умов, ресурсів і витрат.

Ресурси проекту – це ресурси, необхідні для виконання операцій проекту:

трудові ресурси, машини, обладнання, матеріали, гроші, енергія, інформаційні ресурси, комп'ютерна та офісна техніка, виробничі площі, знання та фінанси.

Для оцінки грошових потоків, фінансових витрат і процесів переміщення бізнесу необхідно мати чіткий план дій і провести детальний аналіз усіх факторів, які можуть вплинути на успіх бізнес-проекту.

У сучасному світі дуже складно створити нові бізнес-моделі, щоб вони досягли успіху, тобто вирости до рівня великої компанії. Передача бізнесу – це фактично найшвидший спосіб створити цінність у новій країні. Якщо іноземець хоче створити велику цінність, найшвидший спосіб – це взяти модель, яка створює цінність в іншому місці. Тому тренд полягає в тому, щоб шукати таку бізнес-модель, яка позиціонуванням відрізняється від того, що вже існує на ринку.

Зволікання з вирішенням проблем, які заважають українській економіці залучати інвестиції, все більше штовхає нашу країну на «периферію глобального світу» та робить її аутсайдером.

Для підвищення інвестиційної привабливості вітчизняних і міжнародних компаній необхідні негайні системні зміни. По-перше, ми маємо завершити розпочаті реформи. Головним пріоритетом є створення власного економічного зростання, власних інновацій та подолання етапів технологічного розвитку, які вже пройшли багато країн. У третьому тисячолітті технологічний розвиток йде дуже активно і варто використовувати найбільш інноваційні та ефективні технології серед них. Це стосується не лише бізнесу, а й влади та суспільства. Революція нових технологій може змінити економічну структуру і навіть спосіб життя людей. Він передбачає створення таких продуктів, як поїзди на магнітному килимі, електромобілі, альтернативна енергетика, багатошарова дорожня інфраструктура (включаючи пластикові дороги), зв'язок 5G і вище, а також широке використання роботів, 3D-технологій у виробництві, будівництві та повсякденне життя. Вона лежить в основі структурних змін в економіці багатьох країн.

Важливим для активізації інноваційної діяльності в Україні є покращення інвестиційного клімату, який має забезпечити стабільність у майбутньому: макроекономічної, політичної, законодавчої («правила гри»), монетарної та ін. Дуже важливо відновити багатопланову участь держави в інвестиційному процесі (як ініціатора, інвестора, гаранта, регуляторного та контролюючого органу) і, відповідно, відкоригувати інституційний механізм

державного регулювання інвестиційної діяльності в плані його спрощення. і максимальна прозорість. Нарешті, необхідно підкреслити, що будь-яка економічна, законодавча та політична реформа не гарантує досягнення бажаного результату без зміни філософії та людей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Autor, David & Dorn, David & Katz, Lawrence & Patterson, Christina & Reenen, John. (2017). The Fall of the Labor Share and the Rise of Superstar Firms*. Quarterly Journal of Economics. 135. 10.1093/qje/qjaa004
2. Rodrik, Dani. 2018. "What Do Trade Agreements Really Do?" Journal of Economic Perspectives, 32 (2): 73–90. DOI: 10.1257/jep.32.2.73
3. Smith, Thomas R. (1938). Migration and Economic Opportunity. Zeitschrift für Sozialforschung 7 (1-2):316-317. DOI 10.5840/zfs193871/2130
4. Johnson, Shanthi & Bacsu, Juanita-Dawne & McIntosh, Tom & Jeffery, Bonnie & Novik, Nuelle. (2019). Social isolation and loneliness among immigrant and refugee seniors in Canada: a scoping review. International Journal of Migration, Health and Social Care. 15. 177-190. 10.1108/IJMHSC-10-2018-0067.
5. Lee, Y.K., Chang, C.T., Cheng, Z.H. and Lin, Y. (2018) How Social Anxiety and Reduced Self-Efficacy Induce Smartphone Addiction in Materialistic People. Social Science Computer Review, 36, 36-56. <https://doi.org/10.1177/0894439316685540>
6. Економічний розвиток України: концептуальні засади та інституційний вимір: монографія за ред. чл.-кор. НАН України, д.е.н., проф. В.Д. Базилевича, д.е.н., проф. Н.І. Гражевської, д.е.н. В.В. Вірченка. Київ: Ліра-К, 2022. 451 с.
7. Дмитренко М. Г. (2015) Вплив іноземного капіталу на розвиток банківського сектору України. Фінансовий простір. № 2. С. 13-20. URL: http://nbuv.gov.ua/-UJRN/Fin_pr_2015_2_3
8. Жаліло Я.А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави: монографія. К.: НІСД, 2021. 336 с.
9. Бараник З.П., Романенко І.О. Інтелектуальна міграція як об'єкт статистичного дослідження. Ефективна економіка. 2014. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3096>

- 10.Ольшевська І.П. Оцінка впливу сучасних міграційних процесів на розвиток країн. Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Вип. 12. К.: КНЕУ, 2014. С. 171-180.
- 11.Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96–ВР.
- 12.Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України, 2003 р., № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 144.
- 13.Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» № 2411-VI від 01.07.2010 р. / Голос України офіційне видання № 132 від 20.07.2010.
- 14.Закон України «Про захист іноземних інвестицій в Україні» № 1540а-XII від 10.09.1991 р. / Голос України офіційне видання № 185 від 24.09.1991.
- 15.Закон України „Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства” № 3773-VI від 22.09.2011 р. / Голос України, офіційне видання, № 199 від 25.10.2011.
- 16.Закон України «Про імміграцію»: станом на 12.03.2023 р. / Відомості Верховної Ради України, 2001, № 41, ст.197.
- 17.Закон України “Про інноваційну діяльність”/ Урядовий кур’єр, офіційне видання від 07.08.2002 — № 143.
- 18.Закон України «Про режим іноземного інвестування» № 93/96-ВР від 19.03.1996 р. // Голос України офіційне видання № 153 від 25.04.1996.
- 19.Закон України «Про інститути спільного інвестування» від 05.07.2012 р. № 5080-VI. / Голос України офіційне видання № 153 від 26.09.2012.
- 20.Вимоги до організації роботи з оформлення віз для в’їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію, затверджені наказом Міністерства закордонних справ України, Міністерства внутрішніх справ України, Служби безпеки України № 469/897/605 від 30.10.2017, та зареєстровані в Міністерстві юстиції України за № 1432/31300 24 листопада 2017 р. / Офіційний вісник України, офіційне видання, від 15.12.2017 - 2017 р., № 98, стор. 200, ст. 3025.

- 21.Порядок провадження за заявами про надання дозволу на імміграцію і поданнями про його скасування та виконання прийнятих рішень, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від №1983 від 26.12.2002: станом на 19.04.2022 р. / Офіційний вісник України офіційне видання від 10.01.2003 — 2002 р., № 52, стор. 132, ст. 2400.
- 22.Постанова Кабінету Міністрів України № 1466 від 27 грудня 2022 р. «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2023 рік».
- 23.Постанова Кабінету Міністрів України № 322 від 25.04.2018 “Про затвердження зразка, технічного опису бланка та Порядку оформлення, видачі, обміну, скасування, пересилання, вилучення, повернення державі, визнання недійсною та знищення посвідки на тимчасове проживання” / Офіційний вісник України, офіційне видання,- 2018 р., № 37 від 15.05.2018, стор. 79, ст. 1306.
- 24.Постанова Кабінету Міністрів України №770 від 02.11.2016 “Деякі питання надання адміністративних послуг у сфері міграції” / Урядовий кур'єр, офіційне видання № 206 від 03.11.2016.
- 25.Правила оформлення віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію, затверджені постановою Кабінету Міністрів України № 118 від 1 березня 2017 р. / Офіційний вісник України офіційне видання від 17.03.2017 - 2017 р., № 22, стор. 226, ст. 623.
- 26.Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії державної міграційної політики України на період до 2025 року» від 12.07.2017 No 482-р.
- 27.Бабаєв В.М. Управління проектами: Навчальний посібник для студентів спеціальності «Управління проектами». Харків: ХНАМГ, 2006. 244 с.
- 28.Балабанова Г.П. Сучасні пріоритети імміграційної політики ЄС: уроки для України. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): Наук. журн./ Голов. ред. Сіденко С.В. 2018. № 1. С. 123-129.

29. Батенко Л. П. Управління проектами: Навч. посібник . К.: КНЕУ, 2003. 231 с.
30. Білоус О. Г. Глобальні трансформації торгівлі: монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2018. 227 с.
31. Брензович К. С. Міжнародна студентська міграція та її вплив на соціально- економічний розвиток країн. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 10. С. 32-36.
32. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ: Перун, 2015. 1728 с.
33. Євроатлантичний вектор України: національна доповідь / ред. кол. С. І. Пирожков, І. О. Кресіна, А. І. Кудряченко, Ю. С. Шемшученко та ін. Інститут держави і права імені В. М. Корецького НАН України. Київ: Національна академія наук України, 2019. 328 с.
34. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Видавничий центр «Академія», 2001. 848 с.
35. Загарій В. К. Транснаціоналізація та її вплив на економіку України. Інтелект ХХІ. 2017. №3. С. 16-22.
36. Зовнішні трудові міграції населення України / За ред. Е. М. Лібанової, О. В. Позняка. К.: РВПС України НАН України, К.: РВПС України НАН України, 2002. С. 55-56.
37. Зростання попри війну: чого очікує бізнес від держави для розвитку в 2023 році. Анна Деревянко, виконавчий директор ЕВА. 4 жовтня 2022.
38. Іншин М. Про основні засади державної міграційної політики України. Правові виклики сучасності: міжнародна міграція в умовах глобалізації: Матеріали І Міжнар. наук.-практ. онлайн конф./ [редкол.: Н.Д. Гетьманцева (голова), О.В. Кіріяк (відпов. секр.) та ін.]. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. С. 61-63.
39. Керівництво до своду знань щодо управління проектами, 5-е видання/ Project Management Institute (PMI). Project Management Institute, Inc., 2012. 614 с.

40. Конкурентоспроможність національної економіки: матеріали XVII Міжнар. конф., 5-6 жов. 2017 р., Київ, Україна / КНУ ім. Т.Г. Шевченка Київ, 2017. 569 с.
41. Крайнік О.М.. Планування проектних дій: навчально-методичний посібник для студентів ЗДІА спеціальності 8.18010013 «Управління проектами» денної форми навчання. Запоріжжя, ЗДІА, 2015. 80 с.
42. Малиновська О.А. Міграційна політика: глобальний контекст та українські реалії: Монографія. К.: НІСД, 2018. 472 с.
43. Малиновська О.А. Мігранти, міграція та Українська держава: аналіз управління зовнішніми міграціями: Монографія. К.: Вид-во НАДУ, 2004. 123 с.
44. Маркетинг. Навчально-методичний посібник. Кібік О.М., Котлубай В.О., Хаймінова Ю.В., Нестерова К.С., Калмикова Н.Ю. Одеса. 2020.
45. Майер Дж.М. Основні проблеми економіки розвитку. К.: Либідь, 2003. 688 с.
46. Міграційні процеси в сучасному світі: світовий, регіональний та національний виміри: понятійний апарат, концептуальні підходи, теорія та практика: енцикл. / за ред. Ю. Римаренка. Київ: Довіра, 1998. 912 с.
47. Міграційні процеси в Україні: сучасний стан і перспективи / за ред. О. В. Позняка. Умань, 2007. 276 с.
48. Ноздріна Л.В. Управління проектами: підручник. За заг.ред. Л.В. Ноздріної. К.: Центр учбової літератури, 2010. 432 с.
49. Ольшевська І.П. Оцінка впливу сучасних міграційних процесів на розвиток країн. Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Вип. 12. К.: КНЕУ, 2014. С. 171-180.
50. Полянська Я.Л. Проблеми і наслідки міграції в Україні. Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України. Тернопіль: Економічна думка. 2004. С. 74-77.
51. Петрова Н.Б. Інноваційний менеджмент у прикладах і завданнях: навч. посібник. Х.: ХНАМГ, 2009. 248 с.

52. Прибиткова І. М. Основи демографії: посібник. Київ: Атрек, 1997. 256 с.
53. Побулавець Н. Л. Концептуальні підходи до дефініцій поняття «міграція». Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2014. No 1. С. 373–376.
54. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні: матеріали IX Міжнар. конф. 23-24 трав. 2018 р., Київ, Україна / Київський національний торговельно-економічний університет [та ін.]. Київ, 2018. 294 с.
55. Прохорова М. Е. Особливості та тенденції розвитку процесів транснаціоналізації в ХХІ столітті. Стратегія розвитку України. 2015. №2. С. 88-97.
56. Рябець Н.М. Роль ТНК країн, що розвиваються, в умовах посилення диспропорцій економічного розвитку країн. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2015. №2. С. 39-45.
57. Римаренко Ю. І. Міжнародне міграційне право: підруч. Київ: КНТ, 2007. 640 с.
58. Ровенчак О. Визначення та класифікації міграцій: наближення до операційних понять. Політичний менеджмент. 2006. No 2 (17). С. 127-139.
59. Росохата А.С. Окремі питання економічної безпеки: дослідження впливу змін у міграційних процесах на економічний та інноваційний розвиток країн. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2020. № 1. С. 62-74.
60. Сусліков Л.М., Студеняк І.П. Основи маркетингу: електронний навчальний посібник. 100 Мбайт. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2019.
61. Шелюк В. Соціальна міграція: етапи, функції, типи. Перспективи. 2001. No 3 (15). С. 45-50.
62. Хомишин І. Причини та наслідки освітніх міграцій. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Юридичні науки. 2018. № 906. С. 109-116.

- 63.Чернявський С. С. Поняття та сутність рейдерства. Стан і перспективи поширення цього явища в Україні. Розкриття та розслідування злочинів слідчими та оперативними працівниками органів внутрішніх справ . УВГІД ГУ МВС України. 2017. С. 96-144.
- 64.Дубілет назвав топ-4 проблеми іноземців в Україні. 2018 URL: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1842959-dubilet-nazvav-top-4-problemi-inozemtsiv-vukrayini>
- 65.Політичні відносини між Україною та Пакистаном. Посольство України в Ісламській Республіці Пакистан.: веб-сайт. URL: <https://pakistan.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/politichni-vidnosini-mizh-ukrayinoyu-tapakistanom>.
- 66.Прокоп'єва А.А., Побоченко Л.М. Повернення мігрантів для економічного відновлення України: Відповідь України на системні соціально-економічні виклики сьогодення: збірник наукових праць за результатами Всеукраїнського науковопрактичного семінару (м. Київ, 6 вересня 2023 р.)/ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України. Електрон. дані. К., 2023. 149 с. URL: <http://ief.org.ua/?p=15426>.
- 67.Система отримання дозволів на імміграцію в країнах-членах ОЕСР. Інформаційна довідка, підготовлена Європейським інформаційно-дослідницьким центром на запит народного депутата України. Інформацію підготувала Головань Валентина, Інтерн Програми USAID «РАДА» 2015-2016 рр URL: <https://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Systema-otrymannya-dozvoliv-naimmigratsiyu-v-krayinah-chlenah-OESR.pdf>.
- 68.Шлях гігантів [Електронний ресурс] Тиждень UA. 2019. URL: <http://tyzhden.ua/Economics/207431>.
- 69.Leuven: Vlerick Leuven Gent Working Management School, 2014. 43 p.
- 70.Carlton D. Modern Industrial Organization., 2005. 822 p. (4th Edition).
- 71.Gaughan P. Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings. New York: Wiley, 2015. 655 p. (5th Edition).

72. Geist B. Sociologický slovník. Praha: Victoria Publishing, 1992. 647 s.
73. Heim M. Problems and process: European merger control and how to use it. Journal of Public Affairs. 2004. №4. P. 73-85.
74. Kay J. Vertical restraints in European competition Policy. European Economic Review. 1990. №34. P. 551-561.
75. Lel U. Does Takeover Activity Cause Managerial Discipline? Evidence from
76. International M&A Laws. The Review of Financial Studies. 2015. №28. P. 1588-1622.
77. Tsivatyi V.G. National Security as a Component of Global Security: Lessons from Ukraine's Crises. Eastern Europe Regional Studies. 2017. No 2 (4). P. 196–209.
78. Bloomberg Global M&A Legal Rankings 2019 URL: <https://data.bloomberglp.com/professional/sites/10/Bloomberg-Global-MA-Legal-Ranking- FY-2017.pdf>.
79. Global IPO trends: Q4 2019 URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-ipo-trends-q4-2017/\\$FILE/ey-global- ipo-trends-q4-2017.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-ipo-trends-q4-2017/$FILE/ey-global- ipo-trends-q4-2017.pdf).
80. Horizontal Merger Guidelines URL: <https://www.justice.gov/sites/default/files/atr/legacy/2016/08/14/hmg.pdf>.
81. Khurana I. International M&A Laws, Market for Corporate Control, and Accounting Conservatism. University of Missouri Columbia. 2017. URL: https://accountancy.smu.edu.sg/sites/accountancy.smu.edu.sg/files/InderKKhurana_paper.pdf.
82. Ukrainian M&A Review 2018 URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ua/pdf/2018/03/kpmg-ukraine-MA-review-en- 2019.pdf>.