

У Бразилії для прямих іноземних інвестицій відкритим є лише туристичний бізнес, тому для іноземних інвестицій відкритими залишаються саме портфельні інвестиції у фондовий ринок. Треба відзначити, що ринок акцій та інших цінних паперів Бразилії достатньо розвинений, відрізняється сталою системою регулювання і доступний як через міжнародні фінансові інститути, так і через національних брокерів. Єдина на даний час біржа Бразилії – BM&F Bovespa – утворилася у травні 2008 року шляхом злиття Сан-Паульської фондової біржі і Бразильської товарно-ф'ючерсної біржі BM&F, ставши третьою за величиною фондовою біржею в світі.

Економіка Німеччини залишається найбільшою на європейському континенті і найбільш інвестиційно привабливою для багатьох інвесторів з розвинених країн. Рівність у правах національних і міжнародних інвесторів сприяє постійному припливу капіталу. Враховуючи ще і той факт, що в країні функціонують сучасні фінансові інститути, а Франкфуртська фондова біржа (FWB) є однією з найбільших бірж світу, Німеччина є привабливою для усіх видів інвестицій у фондовий ринок.

Економіка Польщі почувається дуже добре, незважаючи на боргову кризу, що розвивається в Європі. Законодавство Польщі не несе в собі будь-яких серйозних обмежень для іноземних інвестицій в польську економіку. Абсолютно комфортно відчують себе як стратегічні, так і портфельні інвестори. Варшавська біржа є найбільшою біржею Східної Європи, славиться своєю секцією строкових вкладів.

Відкритість китайської економіки для іноземних інвестицій і толерантність суспільства до іноземців є визначальним фактором для здійснення іноземних інвестицій у китайські інвестиційні інструменти. Ринки акцій доступні і в Гонконзі, і у Шанхаї, і для міжнародних інвесторів вони відрізняються тільки правилами введення/виведення коштів і списком емітентів. Основне обмеження - це строк виведення коштів портфельних інвесторів – 3 роки [2]. Найвний великий ринок похідних інструментів, як товарних, так і фінансових.

В Австралії послідовні економічні реформи уряду створили сприятливі умови для вкладення інвестицій. Основні обмеження існують лише стосовно акцій найбільших стратегічних компаній. Із секторів економіки можна виділити гірничодобувну галузь, інвестиції у яку ідуть в основному через фондовий ринок.

Перспективною для інвестицій є Індія, але при практично повній відсутності обмежень для національних інвесторів, для іноземних інвесторів існує ряд бар'єрів і обмежень, які ускладнюють вихід на швидкозростаючий індійський ринок. Валютне регулювання Індії також сильно ускладнює приплив портфельних інвестицій на внутрішній ринок.

Розглянуті країни дуже різні і в плані економіки, і в плані регулювання іноземних портфельних інвестицій. Однак необхідно зауважити, що усі вони швидше за все збережуть свою інвестиційну привабливість на кілька наступних років, не дивлячись на певні глобальні трансформації, що відбуваються в світі. Саме на них буде зосереджена основна увага портфельних інвесторів, котрі надаватимуть перевагу даним країнам, перед перспективою вкладення коштів в інструменти країн зі складним інвестиційним кліматом.

Література

1. *Причини та механізми активізації міжнародних портфельних інвестицій / Т. Фролова, Т. Мусієць // Держава та регіони. – 2011. – № 6. – С. 264 – 273.*
2. *Огляд можливостей для інвестування коштів на глобальних ринках / О. Лімасол // Фінансовий ринок України. – 2012. – № 2. – С. 25 – 32.*

Світлана КУШНІР

Інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ЕЛЕКТРОННА ЕКОНОМІКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Загально визнано, що однією з найголовніших тенденцій сучасності став бурхливий розвиток та розповсюдження нових інформаційних технологій. Їхній вплив прямо торкається державних структур та інститутів громадянського суспільства, економічної та соціальної сфери, науки та освіти, культури та стилю життя самих людей. У рамках побудови інформаційного суспільства активно розвивається сектор електронної економіки, яка функціонує виключно на електронних товарах та сервісах, що створюються електронним бізнесом і електронною комерцією [1]. Як правило, всі галузі електронної економіки мають позитивну динаміку і високі темпи зростання відносно попередніх періодів. Таким чином, вона скрізь проникає і займає впевнені позиції в реальному секторі економіки.

Електронна торгівля, здійснювана за допомогою мережі Інтернет, є важливою складовою частиною процесу глобалізації. Кінець двадцятого і початок нового століття характеризуються значними змінами у світовій економіці і цивілізації в цілому, пов'язаними з розвитком інформаційних технологій, нових електронних засобів зв'язку і широким використанням глобальної мережі Інтернет.

У підприємницькій сфері ці зміни знаходять своє втілення в швидкому зростанні "нової економіки" [2], основу якої складає електронний спосіб ведення бізнесу, або - електронна торгівля.

"Нова економіка" передбачає збільшення значення сектора послуг при відносному зниженні виробничої сфери. Частка матеріального виробництва у ВВП європейських країн постійно зменшується, а нематеріальних благ – росте.

Розвиток "нової економіки" в Європі потребує структурних реформ. Найважливішим фактором "нової економіки" є підвищення освітнього і науково-технічного потенціалу країн. В епоху науково-технічної революції в європейських державах відбулися великі зміни в організації освіти, зросли видатки на освіту та НДДКР [2].

Науково-технічний прогрес в сфері послуг спирається на зростаючу концентрацію інвестиційних ресурсів. Завдяки цьому нарощується парк технічних засобів, устаткування, в першу чергу електронного, комп'ютерного та телекомунікаційного. Радикально змінюються її матеріальна база, і характер операцій в фінансовій сфері, ділових послугах, медицині, зв'язку, торгівлі, та транспорті [3].

Основна проблема в розвитку електронної комерції – недовіра операціям, що здійснюються за допомогою Інтернету.

Основні орієнтири при створенні правової бази електронної торгівлі полягають в необхідності створення ефективно діючого механізму [4]. Важливо при цьому уникнути "надмірного регулювання" і зберегти достатній простір передбачається зберегти досягнутий рівень захисту прав споживачів, громадського порядку, здоров'я і моральності населення [5].

В Європейському Союзі набирає обертів програма "Електронна Європа" (e-Euro) прийнята Радою Європи на 2005 рік, яка спрямована на максимально широке впровадження нових інформаційних технологій в життя громадян ЄС, поширення доступу в мережу Інтернет тощо [6]. Правова сторона цієї програми пов'язана з формуванням нового, однакового законодавства на рівні ЄС. Програма "Електронна Європа" має гнучкий підхід до розвитку електронної економіки, комерції та бізнесу, вона передбачає стимулювання електронної торгівлі (продажі та покупки в мережі Інтернет) та реорганізацію різноманітних бізнес-процесів, що акцентують на цифрових технологіях [7].

ЄС бачить внутрішній економічний ринок 21-ого століття більш сильним, розширеним і поглибленим, що необхідно для економічного зростання та розвитку ринку праці. Впровадження технологічно нових послуг показує величезні можливості для розвитку внутрішнього ринку, але ефективно використання таких послуг можливо тільки після подолання дезінтеграційних тенденцій в політиках держав-членів ЄС. У найближчі роки можна буде побачити активне використання нових форм електронної комерції (бездротова, голосова та телевізійна комерція). Значне зростання очікується в сфері "беззвучної" комерції (використання радіочастотних чіпів для відстеження пересування об'єктів усередині організації або на всьому шляху їхнього руху по логістичному ланцюжку). Від впровадження подібних технологій очікують більшого ефекту, ніж від "провідної" електронної комерції.

Отже, сьогодні Європа здатна стати лідером в області нових форм електронної комерції, тому Європейський Союз сьогодні об'єднує зусилля для впровадження інновацій, що дозволить в майбутньому використовувати інноваційні ідеї у виробництві товарів та послуг, це в свою чергу сприятиме створенню нових робочих місць та росту економіці. Прискорення використання високошвидкісного Інтернету та надання можливостей фізичним та юридичним особам в загальному цифровому комерційному просторі є основою розвитку цифрових технологій в Європі та їх подальшого використання у електронній комерції.

Література

1. Пушкарьова Н.С. *Електронная экономика. Перспективы развития электронного бизнеса*. - М.: ГИИФО, 1999. - 248 с.
2. Новая экономика [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://abc.informbureau.com/html/_iiaass_yeiieea_.html
3. Прогноз розвитку сфери послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_ANRR_2009/Economics/39811.doc.htm
4. *Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/docs/communication2012/SEC2011_1640_en.pdf
5. Уральская А. *Электронная экономика и перспективы развития электронной коммерции* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.tsi.lv/ResTech/v2/art2.pdf>
6. *Building trust in European Ecommerce: what to do?* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.abaar.net/2012/01/building-trust-in-european-ecommerce.html>
7. *Электронная Европа* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.pandia.ru/277024>.

Наталія ЛАГОЦЬКА

Тернопільський національний економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ У МІЖНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ

За результатами Internet World Stats кількість користувачів Інтернет у 2012 р. сягнула 2,4 млрд. осіб. Таким чином більш ніж третина населення планети є Інтернет-аудиторією. Зростання чисельності Інтернет-користувачів за період 2000–2012 рр. становило 566,4 % [1]. Кількість веб-сайтів в Інтернет на кінець 2011 року налічувала більше 555 мільйонів, до того ж майже 300 мільйонів з них з'явилися саме у звітному році [2]. Факти, які засвідчують високі темпи поширення мережі, вказують на зростаючі перспективи використання Інтернет як засобу комунікації, каналу збуту продукції та загалом середовища для ведення бізнесу, значення якого актуалізується при виході підприємств на зарубіжні ринки та розвитку на них маркетингової діяльності.

Передусім мережа дозволяє невеликим національним компаніям розпочати бізнес в глобальному середовищі без значних капіталовкладень та розвивати масштаби діяльності самостійно або залучаючи таким чином інвесторів. У 2011 році у США обсяг інвестицій у нові проекти в Інтернет сягнув близько 27 млрд. дол. США, в Європі – 5 млрд., у Росії – 400–500 млн., близько 20 млн. дол. США інвестицій отримали українські стартапи [3].

При проведенні маркетингових досліджень закордонних ринків використання Інтернет забезпечує доступ до значного масиву вторинної інформації, а також спрощує та значною мірою зменшує витрати на збір первинних даних. Існування спеціальних Інтернет-сервісів дозволяє відслідковувати поведінку споживачів в Інтернет та здійснювати опитування. Відмінними особливостями проведення опитування в Інтернет є невисока вартість, автоматизація процесу опитування та аналізу його результатів, а також можливість точного фокусування опитування на цільову аудиторію [4].

При здійсненні сегментування міжнародного ринку з подальшою перспективою взаємодії з цільовою аудиторією в Інтернет важливо враховувати, що майже половина всіх Інтернет-