

3. Яким повинен бути рекламний текст? [Електронний ресурс] // Агенція KOLORO. – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/tekstreklamy.htmlchennya-spozhivacha>. – Назва з екрана.

## **ЕКОНОМІЧНИЙ КЛІМАТ НІМЕЧЧИНИ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ГЛОБАЛЬНИХ БРЕНДІВ**

*К. Семенова, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-51.*

*Л. С. Франко, науковий керівник, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Економічний клімат – це загальноприйнята характеристика всеохоплюючого настрою світової чи регіональної економіки, що фіксує статус фондового ринку, сприйняття економіки споживачами та доступність робочих місць та кредитів. Такі бізнес-рішення, як наймання робітників, запозичення, кредитування та інвестиції в нові ініціативи часто сильно впливають на загальний економічний клімат [3].

Глобальний бренд – це бренд, який продається на дуже великій кількості національних ринків на основі єдиного унікального імені бренду, що є однаковим для кожного окремого національного ринку. Такі світові бренди пропонують значну економію в масштабі маркетингової діяльності та виробництві [4].

Німеччина має досить гарну репутацію у сфері ведення бізнесу та його підтримки. Менталітет жителів ФРН також сприяє до розвитку виробництва та розвитку сфери послуг у країні, оскільки німецька пунктуальність та педантичність відомі на весь світ. Спираючись на ці факти, міжнародні інвестори надають перевагу німецьким транснаціональним корпораціям.

Останніми роками Федеративна Республіка Німеччина має стабільні економічні показники розвитку з огляду на посилений внутрішній попит, гарну соціальну віддачу та досить високі обсяги експорту, які забезпечуються продуктивним та інноваційним виробничим сектором, наприклад, автомобільна та хімічна промисловість. Рекордно низький рівень безробіття, зростання зайнятості та реальної заробітної плати підкріпили попит на продукцію приватних домогосподарств. Обсяги інвестицій у бізнес щороку зростають [2].

«Doing Business» – це індекс, що досліджує нормативні показники, які охоплюють 11 сфер життя, десять із яких включені в рейтинг 2019 року за легкістю ведення бізнесу: відкриття бізнесу, отримання дозволів на будівництво, отримання електроенергії, реєстрація власності, отримання кредитів, захист інвесторів з числа меншин, сплата податків, торгівля через кордони, забезпечення дотримання контрактів і врегулювання неплатоспроможності [5].

Загалом Німеччина займає 22 сходинку серед 190 країн у світовому рейтингу легкості ведення бізнесу, що є досить високим показником, враховуючи рівень бюрократії в країні. Саме тому ФРН посіла 114 сходинку зі 190 у показнику легкості відкритості бізнесу.

**Таблиця 1 – Індекс легкості ведення бізнесу для ФРН за 2019 рік [5]**

| №  | Назва сфери життя бізнесу              | Позиція у світовому рейтингу | Оцінка за шкалою 1–100 |
|----|--|------------------------------|------------------------|
| 1  | Відкриття бізнесу                      | 114                          | 83,58                  |
| 2  | Отримання дозволів на будівництво      | 24                           | 78,16                  |
| 3  | Електропостачання                      | 5                            | 98,79                  |
| 4  | Реєстрація власності                   | 78                           | 65,70                  |
| 5  | Отримання кредитів                     | 44                           | 70,00                  |
| 6  | Захист міноритарних інвесторів         | 72                           | 58,38                  |
| 7  | Оподаткування                          | 43                           | 82,11                  |
| 8  | Торгівля через кордони                 | 40                           | 91,77                  |
| 9  | Забезпечення виконання контрактів      | 26                           | 70,39                  |
| 10 | Вирішення проблеми неплатоспроможності | 4                            | 90,12                  |

Це пояснює, чому майже 4 % світових прямих інвестицій спрямовуються в Німеччину [5]. Для залучення іноземних інвестицій урядом була впроваджена спеціальна програма, що дозволяє нерезидентам відкривати і вести свій бізнес у країні набагато простіше, ніж раніше. Якщо до 2012 року іноземці могли відкрити свій бізнес у Німеччині тільки за наявності, як мінімум, 25 тисяч євро, то зараз відкрити бізнес може будь-який іноземець за наявності коректно підготовленого бізнес-плану, який отримав схвалення від місцевої влади [5].

### Список використаних інформаційних джерел

1. Відкриваємо бізнес в Німеччині [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://finevolution.com.ua/vidkrivayemo-biznes-v-nimechchini/> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.
2. Better policies for better lives [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/economy/germany-economic-snapshot> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.
3. Business Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.businessdictionary.com/definition/economic-climate.html> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.
4. The free dictionary by farlex [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://financial-dictionary.thefreedictionary.com/global+brand> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.
5. The World Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2019> (дата звернення 02.04.2020). – Назва з екрана.