

Липка Уляна

студентка

Західноукраїнський національний університет

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Однією з важливих ознак сучасного розвитку світового господарства є розгортання процесів глобалізації, які суттєво впливають на систему міжнародних економічних відносин, трансформують напрями і визначають тенденції розвитку національних економік. Як явище міжнародних економічних відносин міжнародний бізнес – це форма взаємодії суб'єктів міжнародної економічної діяльності, спрямована на одержання вигод від трансграничного співробітництва.

Міжнародний бізнес базується на можливості отримання переваг (економічних чи технологічних) саме із переваг міждержавних ділових операцій, тобто продаж даного товару в іншій країні, або налагодження фірмою однієї країни виробництва в іншій країні, або спільного надання послуг фірмами двох країн – третій забезпечують залученим у бізнес сторонам більше переваг, ніж вони мали б, якби здійснювали аналогічну діяльність як суб'єкти лише національних економік.

Міжнародний бізнес стає всеохоплюючим і все проникаючим феноменом сучасної цивілізації. Існує низка базових причин, які змушують фірми ставати більш глобальними як в плані загального курсу розвитку, так і в плані повсякденної практичної діяльності. До числа таких стратегічних імперативів входить:

– використання ключової компетенції компанії. Одним з найважливіших підстав для глобалізації є можливість більш широкого використання ключових компетенцій, які компанії вдалося розвинути на внутрішньому ринку.

Ключова компетенція визначає відмінну сильну сторону або перевагу, що має першочергове значення для успішної роботи компанії. Застосовуючи ключову компетенцію на нових ринках, компанія може збільшити свої доходи і прибутки.

– придбання ресурсів. Суттєвою причиною щодо ведення бізнесу в міжнародних масштабах є необхідність придбання закордоном таких ресурсів, як матеріали, робоча сила, капітал або технологія. У деяких випадках компанії відчувають гостру потребу в тому, щоб скористатися зарубіжними джерелами ресурсів, тому що на місцевому ринку відповідні продукти та послуги або повністю відсутні, або їх недостатньо для задоволення потреб компанії.

– пошук нових ринків збуту. Необхідність пошуку нових ринків збуту – це також одна з поширених причин виходу компаній на міжнародні ринки. Коли внутрішній ринок, на якому компанія реалізує свою продукцію,

– повністю сформований, то на ньому все важче і важче генерувати високі доходи та забезпечувати зростання прибутку.

В умовах інтернаціоналізації підприємства можуть одночасно застосовувати різні види міжнародної діяльності на різних ринках і сегментах залежно від їх виробничо-комерційних можливостей і прагнень. Проте свою міжнародну діяльність вони, як правило, розпочинають з «домашнього» ринку, поступово посилюючи рівень інтернаціоналізації та послідовно ускладнюючи управлінські функції забезпечення виробничо-комерційної діяльності в міжнародному економічному просторі. Швидкість переходу від національно локалізованого бізнесу до стандартизованих форм глобалізації залежить від рівня зрілості ринкового середовища, фактори якого можуть підсилювати глобалізаційні тенденції або, навпаки, їх пригнічувати.

Успішність глобальної стратегії економічного розвитку зумовлена не стільки можливістю створення подібних умов ведення бізнесу, скільки рівнем зрілості управлінської поведінки економічних суб'єктів, які хочуть, вміють і можуть впливати на перебіг подій за допомогою використання власного міжнародного досвіду (у сфері розвитку продукту, ціноутворення, реалізації логістичних завдань тощо), який набувався в процесі реалізації завдань внутрішнього, експортного, інтернаціонального, багатонаціонального й елементів глобального маркетингу. Фактично йдеться про розробку універсальних продуктово-ринкових стратегій, які були б адекватними вимогам світового ринку та

одночасно відповідали б потребам розвитку учасників міжнародного співробітництва і ринковим мотиваціям споживачів з різних країн і регіонів. Такі стратегії, які, по суті, є складовими національних програм соціально-економічного розвитку, мають комплексно і цілеспрямовано забезпечувати обґрунтований рівень глобалізації національних економік на різних етапах інтернаціоналізації та у сферах підприємництва, незважаючи на особливості соціально-культурного, економічного і технологічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Глобальна економіка XXI століття: людський вимір: монографія / Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, А.М. Колот [та ін.]; заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Д.Г. Лук'яненка та д-ра екон. наук, проф. А.М. Поручника. К.: КНЕУ, 2008. 420 с.
2. Міжнародний менеджмент: навчальний посібник / Бутко М., Бутко І., Дітковська М. [та ін.]. Київ : Центр навчальної літератури, 2018.
3. Старостіна А., Каніщенко О. Суперечливі шляхи економічної глобалізації. Економіка України. 2008. №5.