

Варто також звернути увагу на соціальні ризики, які пов'язані з відносинами місцевих громад та стейкхолдерів. Підприємства відновлюваної енергетики часто здійснюють свою діяльність у віддалених або районах, що розвиваються де місцеві громади можуть бути чутливими до змін в їхньому оточенні [5]. Ефективне управління цими ризиками передбачає партнерство з місцевими громадами, виконання соціальних програм та взаємодію зі зацікавленими сторонами з метою забезпечення довгострокової сталості та прийняттям позитивних рішень для всіх сторін.

У кінцевому підсумку, управління ризиками та страхування в міжнародних спільних підприємствах у сфері відновлюваної енергетики вимагає комплексного підходу та постійного оновлення стратегій та політик. Підприємства повинні бути готові до непередбачуваних подій та активно працювати над зменшенням ризиків, щоб забезпечити стабільність, сталість та успішний розвиток у сучасному конкурентному середовищі.

Перелік використаних джерел:

1. Phoumin, H., Taghizadeh-Hesary, F., Kimura, F. Green Finance and Renewable Energy in ASEAN and East Asia. Taylor & Francis. Unlimited. 2023.
2. Ahmad, A. A., Suharko, A. B. Comparative Analysis of the Efficiency of the Top Ten Conventional Joint Venture Life Insurance Companies in Indonesia in the Period Before and During the Covid-19 Pandemic Using the Data Envelopment Analysis Method. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital. 2023. № 2(3), 899-914.
3. SEN, Ishita. Regulatory limits to risk management. The Review of Financial Studies. 2023. № 36 (6). 2175-2223.
4. Gatti, Stefano. Project finance in theory and practice: designing, structuring, and financing private and public projects. Elsevier. 2023.
5. Younis, I., Shah, W. U., Missaoui, I., Tang, X. Exploring interconnectedness between climate change, renewable energy, technological innovation, and G-17 banking stock markets. Journal of Cleaner Production. 2024. 141667.

Дмитро Доброводський, Максим Живко
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ФРАГМЕНТАЦІЯ РИНКІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТНК

Фрагментація ринків є ключовим феноменом у сучасній глобальній економіці, який відображає різноманітність умов та уподобань споживачів у різних країнах та регіонах. Цей явище є результатом культурних, легіслятивних, географічних та економічних різниць між ринками у різних частинах світу. Фрагментація ринків впливає на способи ведення бізнесу та вимагає від компаній адаптації своїх стратегій та підходів до кожного конкретного ринку. У цьому контексті розуміння фрагментації ринків та її впливу на підприємства є

важливим для розробки успішних стратегій управління та досягнення конкурентної переваги.

Фрагментація ринків – це феномен, який визначається роз'єднаністю та різноманітністю ринків у різних країнах та регіонах. У сучасному світі, де глобалізація та цифрова трансформація відіграють ключову роль у економічному розвитку, фрагментація ринків стає значущим фактором, що впливає на діяльність транснаціональних корпорацій (ТНК) [1]. Вона виникає внаслідок різноманітності культур, законодавства, побутових умов та споживчих уподобань у різних країнах та регіонах. Це явище створює необхідність для ТНК розробляти глобальні стратегії управління, що дозволяють ефективно функціонувати в умовах глобального ринку.

Одним з ключових аспектів фрагментації ринків є різноманітність культурних уподобань та споживчих звичок у різних країнах. Товари та послуги, які успішно продаються в одних культурних областях, можуть бути абсолютно неприйнятними або недоцільними в інших. Це ставить перед ТНК завдання розробки гнучких стратегій маркетингу та адаптації продуктів до місцевих умов. Фрагментація ринків також відображається у складності регулюючого законодавства. Кожна країна має свої власні правила та стандарти, які регулюють ринкову діяльність. Це ставить перед ТНК завдання забезпечення відповідності своїх операцій місцевому законодавству.

Проте, замість того, щоб бачити фрагментацію ринків як перешкоду, ТНК можуть використовувати її як можливість для розвитку глобальних стратегій управління. Одним із підходів є створення гнучких систем управління, які дозволяють адаптуватися до місцевих умов та вимог, зберігаючи при цьому загальний стратегічний напрямок корпорації [2].

Фрагментація ринків має суттєвий вплив на стратегії управління транснаціональними корпораціями. Вона вимагає від корпорацій гнучкості, інновацій та адаптивності, але водночас надає нові можливості для розвитку та виходу на нові ринки. Для успішного функціонування у такому середовищі ТНК повинні постійно аналізувати ринкові умови, розробляти стратегії адаптації та використовувати передові технології управління.

Фрагментація ринків, яка виникає через різноманітність культурних, правових, економічних та географічних умов у різних країнах, створює складні виклики для транснаціональних корпорацій (ТНК). Відповідно, стратегії управління ТНК повинні бути адаптивними та гнучкими, щоб ефективно функціонувати в умовах глобального ринку (Табл. 1). Фрагментація ринків вимагає від ТНК розробки та впровадження глобальних стратегій управління, які дозволяють ефективно функціонувати в умовах глобального ринку та використовувати можливості

Детальний аналіз впливу фрагментації ринків на стратегії управління ТНК:
- культурні відмінності: фрагментація ринків відображається у різноманітності культурних уподобань та споживчих звичок у різних країнах та регіонах. Наприклад, товар або послуга, яка є популярною в одній культурній області, може бути абсолютно непринятною або непопулярною в іншій. Тому для ТНК важливо розробляти гнучкі маркетингові стратегії, які враховують

культурні особливості кожного ринку та дозволяють адаптувати продукти або послуги до місцевих умов;

Таблиця 1

Вплив фрагментації ринків на стратегії управління ТНК

| Аспекти | Фрагментація ринків | Стратегії управління ТНК |
|---|--|--|
| Культурні відмінності | різноманіття культурних уподобань та споживчих звичок; | адаптація маркетингових стратегій та продуктів до місцевих умов; |
| Легіслативні обмеження | складності в адаптації до різноманітності законодавства; | забезпечення відповідності місцевому законодавству та стандартам; |
| Географічні умови | різниця у географічному розташуванні та регіональних особливостях; | розробка глобальних стратегій, що поєднують стандартизацію та адаптацію; |
| Порівняльний аналіз фрагментації ринків та стратегій управління ТНК | | |
| Характеристика | Фрагментація ринків | Стратегії управління ТНК |
| Означення | роз'єднаність та різноманітність ринків в різних країнах; | процес розробки та впровадження стратегій управління; |
| Причини | культурні, правові, економічні та інші відмінності між країнами; | потреба в адаптації до різноманітності ринків та збереження конкурентоспроможності; |
| Виклики | складності в адаптації маркетингу та продуктів; | потреба в забезпеченні відповідності місцевому законодавству та управлінні складністю глобальних операцій; |
| Можливості | збільшення споживчого потенціалу через адаптацію продуктів; | використання розмаїття культур та ринкових умов для інновацій та розвитку нових ринків. |

- легіслативні обмеження: у кожній країні існують власні правила та стандарти, які регулюють ринкову діяльність. Це може включати податкові норми, правила торговельного обміну, стандарти якості та безліч інших вимог. Тому ТНК зобов'язані дотримуватися місцевого законодавства в кожній країні, де вони діють. Це створює великі виклики для управління ТНК, оскільки вони повинні постійно оновлювати свої практики та процедури відповідно до законодавства кожної конкретної країни;

- географічні умови: фрагментація ринків також відображається у географічних особливостях різних регіонів. Кожен регіон має свої унікальні характеристики, такі як кліматичні умови, рівень розвитку інфраструктури та доступність ресурсів. Це означає, що ТНК повинні розробляти стратегії управління, які враховують ці різноманітності та дозволяють ефективно взаємодіяти з місцевими ринками.

Вплив стратегій управління ТНК на реагування на фрагментацію ринків:

- адаптація та локалізація: ТНК можуть використовувати стратегії адаптації та локалізації, щоб пристосувати свої продукти або послуги до місцевих умов. Це може включати зміни в упаковці, маркуванні, ціноутворенні

та навіть функціональності продукту або послуги для кожного конкретного ринку;

- стандартизація: з іншого боку, деякі ТНК вибирають стратегію стандартизації, де їхні продукти або послуги залишаються незмінними на всіх ринках. Це дозволяє знизити витрати на дослідження та розробку, а також сприяє підвищенню узгодженості бренду на всій глобальній платформі;

- інновації: іноді фрагментація ринків може стимулювати ТНК до інноваційних рішень. Вони можуть розробляти нові продукти або послуги, які задовольняють унікальні потреби різних ринків або створюють нові можливості для розвитку [3].

Фрагментація ринків є невід'ємною частиною глобальної економіки та впливає на стратегії управління ТНК. Відповідно, успішне управління вимагає гнучкості, інновацій та постійного аналізу ринкових умов. ТНК повинні активно реагувати на ці виклики, розробляючи стратегії, які враховують культурні, легіслятивні та географічні відмінності для досягнення успіху на глобальному ринку.

Фрагментація ринків представляє собою складний процес, який суттєво впливає на стратегії управління транснаціональних корпорацій (ТНК). Цей явище може бути спричинене різноманітністю культур, законодавства, економічних умов та споживчих уподобань у різних країнах та регіонах. Підприємства, що діють на глобальному ринку, зіткнуться з викликами, такими як неоднаковість вимог та стандартів, різноманітність місцевих ринків, складність управління глобальними операціями та необхідність постійної адаптації до змін у місцевих умовах.

Проте, разом із викликами фрагментації ринків, з'являються й нові можливості. ТНК можуть використовувати різноманітність культурних та ринкових умов для інновацій та розвитку нових продуктів та послуг. Наприклад, адаптація товарів та маркетингових стратегій до місцевих особливостей може сприяти підвищенню споживчого попиту і збільшенню обсягів продажів. Крім того, фрагментація ринків може спонукати компанії до пошуку нових ринків та інвестицій у вигідні галузі.

Однак, успішна реалізація стратегій управління в умовах фрагментації ринків вимагає від ТНК гнучкості, інновацій та стратегічного планування. Компанії повинні вміло поєднувати глобальну стандартизацію з локальною адаптацією, щоб забезпечити ефективність своєї діяльності на різних ринках. Крім того, важливо використовувати новітні цифрові технології для оптимізації управління глобальними операціями та аналізу ринкових умов.

У цілому, фрагментація ринків є не тільки викликом, але й стимулом для інновацій та розвитку для ТНК. Шляхом поєднання гнучких стратегій управління та використання новітніх технологій, компанії можуть ефективно використовувати цей феномен для підвищення своєї конкурентоспроможності і забезпечення стабільного росту на глобальному ринку.

Перелік використаних джерел:

1. Reurink, A., Garcia-Bernardo, J. Competing for capitals: the great fragmentation of the firm and varieties of FDI attraction profiles in the European Union. *Review of International Political Economy*. 2021. № 28(5). 1274-1307.
2. Huang, G., Liang, Y., Zhao, Z. Understanding market competition between transportation network companies using big data. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 2023. № 178. 103861.
3. Ietto-Gillies, G. The importance of being transnational. *Critical Perspectives on International Business*. 2023. № 19(4). 511-522.

Катерина Мацук

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ТЕНДЕНЦІЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ МІЖ КРАЇНАМИ-ЧЛЕНАМИ ЄС

У сучасному глобальному світі, де існує можливість отримувати товари із будь-якої частини світу, країни Європейського Союзу (ЄС) створюють сприятливі умови для учасників ринку всередині союзу, тим самим дбаючи про розвиток як окремих економік країн-членів, так і загального економічного росту в межах Європейської економічної зони.

Європейська економічна зона (European Economic Area. EEA) – внутрішній єдиний ринок, який забезпечує чотири основні свободи – вільне пересування товарів, послуг, людей та капіталу. Вважається, що кожна країна, яка долучається до ЄС, повинна підписати угоду про приєднання до ЕЕА. [1]

Розглядаючи окремо країни (рис. 1), бачимо, що у 2022 найбільшими експортерами всередині ЕЕА є Чехія, Люксембург та Словаччина.

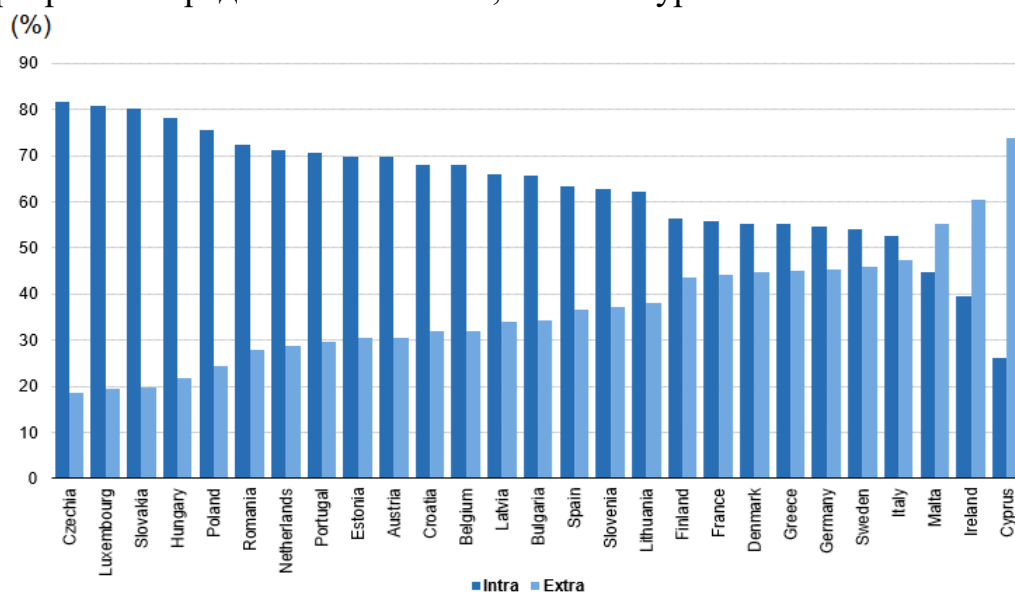


Рис 1. Експорт товарів всередині та за межами ЄС, 2022р [2]