

3. Beribe M. F. B. The Impact of Globalization on Content and Subjects in the Curriculum in Madrasah Ibtidaiyah: Challenges and Opportunities. At-Tasyrih: jurnal pendidikan dan hukum Islam. 2023. № 9(1). p. 54-68.

Ярослав Вонс, Валентин Пацула
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ: ВІД ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ДО ІНТЕГРАЦІЇ

У сучасній реальності успішність національної економіки все більше залежить від здатності корпоративного капіталу інтегруватися у глобальне господарство через розширення міжнародної інвестиційної активності. Поточний етап розвитку світової економіки в умовах наростаючої глобалізації, яка є зовсім новою якістю та масштабом інтернаціоналізації економічного життя, характеризується розширенням глобальних ринків як для споживчих, так і для капітальних товарів, послуг та світового фінансового ринку. Виникають нові учасники цих ринків, нові форми їх поведінки на ринку, а також виникають інтереси та протиріччя між ними, що зумовлює необхідність нового інституційного устрою формування економіки.

Розвиток транснаціональних корпорацій у сучасному світі сприяє їхньому уявленню як ключових учасників ринку, що сприяють глобальному та місцевому прогресу в контексті міжнародних економічних відносин. Це призвело до посилення їхньої інвестиційної активності, яка відкриває широкі перспективи завдяки накопиченню значних фінансових ресурсів, різнообразженню ризиків та інноваційному потенціалу.

У галузі економічної науки концепція інвестиційної стратегії застосовується щодо різних учасників інвестиційного процесу, таких як інвестори, фінансові посередники, а також відносно територіальних систем (країни, регіони, муніципальні утворення). Це призводить до того, що в межах територіальних систем існує велика кількість різноманітних інвестиційних стратегій окремих суб'єктів. В той же час, їх необхідно інтегрувати у єдину інвестиційну стратегію, що відповідає загальним цілям розвитку території в цілому. Ця інвестиційна стратегія, у зв'язку з великою кількістю суб'єктів інвестиційної діяльності та складністю їх взаємодії, має формуватися в рамках державного управління.

Доцільно розглядати міжнародну інвестиційну стратегію підприємства як засіб досягнення та фінансування довгострокових цілей розвитку його діяльності на міжнародних ринках з метою ефективною алокації активів. Під алокацією активів маємо на увазі не лише фінансові операції ТНК на міжнародних ринках, але й глобальну диверсифікацію виробничої (операційної) діяльності. З цієї точки зору, міжнародні інвестиційні стратегії можна поділити на дві основні групи: міжнародні стратегії прямого (реального) інвестування, які охоплюють

Greenfield-інвестиції, Brownfield-інвестиції, вертикальні та горизонтальні інвестиції, злиття та поглинання, спільне підприємництво та реінвестиції, та міжнародні стратегії портфельного (фінансового) інвестування, які включають активні, пасивні, консервативні, агресивні та збалансовані стратегії інвестиційної поведінки.

Основна мотивація застосування міжнародних портфельних інвестицій полягає у бажанні транснаціональних корпорацій розмістити свій капітал на ринках та в цінних паперах, які обіцяють найвищі рівні прибутковості при відповідних рівнях ризику та/або можливості зберегти вільні фінансові ресурси під безризиковими умовами на час. У порівнянні з прямими інвестиціями, портфельні інвестиції забезпечують більшу ліквідність капіталу для інвестора, що часто використовується як захист від інфляції та можливість отримання спекулятивного прибутку.

Успішність сучасної економіки визначається здатністю корпоративного капіталу інтегруватися у глобальне господарство через міжнародні інвестиції. Глобалізація розширює ринки та створює нові можливості, спонукаючи компанії до інновацій та ризикованих інвестицій. Управління інвестиційною стратегією стає важливою для досягнення довгострокових цілей, а міжнародні портфельні інвестиції дозволяють ефективно розміщувати капітал та захищати його від ризиків. Такий підхід сприяє стійкому розвитку підприємств у глобальному середовищі конкуренції.

Перелік використаних джерел:

1. Давидова І.О., Величко К.Ю. Транснаціональні корпорації. Харків: Видавництво «Форт», 2018. 175 с.

2. Глобалізація та регіоналізація як вектори розвитку міжнародних економічних відносин : колективна монографія; кол. авт. ; за ред. О. А. Довгаль, Н. А. Казакової. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 540 с.

Арсен Коверчук, Наталія Болквадзе
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

Розширення глобальної торгівлі та наростаюча конкуренція на міжнародних ринках товарів і послуг призводять до зростання значення формування іміджу компанії як ключового фактору її конкурентоспроможності та успішного розвитку на міжнародній арені. Успішна побудова та утримання позитивного іміджу стає передумовою для ефективної діяльності підприємства як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках. Імідж є суттєвим інструментом для збільшення загального потенціалу зростання бізнесу, привертання більшої кількості клієнтів та, в результаті, збільшення прибутку – що стає однією з