Країни, які стикаються з релігійними конфліктами, втрачають значну частку свого ВВП через секторну насильницьку діяльність, що уповільнює їхній економічний зріст [1, с. 130]. Релігійні конфлікти перешкоджають глобальній торгівлі та інвестиціям через геополітичні невизначеності, стримуючи міжнародних інвесторів та торговельних партнерів. Також звіт Всесвітнього банку свідчить про значне зниження торговельного обсягу у країнах, що страждають від релігійних конфліктів, що впливає як на імпорт, так і на експорт.

Міжнародні організації, такі як ООН, ЄС та інші, активно втручаються у регулювання релігійних конфліктів. Наприклад, у 2020 та 2021 роках, міжнародні організації, зокрема Розширений кредитний фонд МВФ та Центральний резервний фонд ООН, надали значну фінансову допомогу Ємену, сприяючи економічній стабілізації та гуманітарній допомозі у зонах конфліктів. Рада Безпеки ООН також відіграє важливу роль, розгортаючи миротворчі місії для відновлення стабільності та сприятливого середовища для економічного відновлення у цих регіонах [4].

Аналіз ролі релігійних ідентичностей у формуванні конфліктів та особливостей семи провідних релігій розкриває схильність певних віровчень до конфліктів. Недостатнє вивчення областей, що стосуються внутрішньо-релігійних конфліктів, зростання фундаменталістських ідеологій та проблеми захисту прав релігійних меншин підкреслюють необхідність комплексного дослідження у цій сфері.

Перелік використаних джерел:

1. An empirical analysis of state per capita income," Journal of Economic Behaviour and Organization, 27, 129-142.

2. Doniger, Wendy, ed. Britannica Encyclopedia of World Religions. 2006.

3. Marta Reynal-Querol and José G. Montalvo A Theory of Religious Conflict and its Effect on Growth.. 2000.

4. Robert A. Seiple and Dennis R. Hoover Religion and Security: The New Nexus in International Relations. 2004. P. 104.

5. Jack Snyder Religion and International Relations Theory. 2011. P. 23-65.

Яна Приймак
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНИХ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

У епоху глобалізації світова економіка стає все більш інтегрованою та взаємозалежною. Відкриті кордони, новітні технології транспорту та комунікацій, лібералізація торгівлі - все це суттєво вплинуло на формування торгівельної політики та стратегій сучасних суб'єктів міжнародного бізнесу. Вивчення цього впливу має важливе теоретичне та практичне значення для ефективної діяльності компаній на глобальних ринках [1].

Глобалізація є багатоаспектним процесом інтеграції національних економік у єдину світову систему. Ключовими її проявами є вільний рух капіталу, робочої сили, товарів та послуг, транс - націоналізація виробництва, поширення інформаційних технологій, уніфікація правил ведення бізнесу тощо. [5] Рушійними силами глобалізації виступають технологічний прогрес, діяльність наднаціональних організацій (СОТ, МВФ, ТНК та ін.), а також політика лібералізації торгівлі з боку національних урядів.

Глобалізація відкриває нові перспективи для суб'єктів міжнародного бізнесу. Зокрема, це розширення ринків збуту, це дає можливість нарощувати обсяги продажів, диверсифікувати ризики та більш ефективно використовувати виробничі потужності [2]. Також, доступ до дешевших ресурсів виробництва, вільний рух капіталу, робочої сили та сировини дозволяє залучати необхідні ресурси з місць їх найвигіднішої пропозиції. Компанії здатні фокусуватися на певних ланках створення доданої вартості, максимізуючи ефективність, а інші складові виробничо-збутового циклу організовувати на засадах аутсорсингу та офшорингу [6]. Водночас посилюється конкуренція з боку іноземних компаній, виникають додаткові регуляторні та культурні бар'єри входу на нові ринки. Глобалізація призводить до зростання взаємозалежності між суб'єктами економічних відносин та підвищує їхню вразливість до зовнішніх шоків і криз. Географічна експансія на нові ринки потребує адаптації до місцевих культурних традицій, смаків споживачів, а також дотримання численних регуляторних норм і вимог (стандартів, сертифікації та ін.). Водночас посилюється конкуренція з боку іноземних компаній, виникають додаткові регуляторні та культурні бар'єри входу на нові ринки.[4] Оскільки ТНК представлені одразу в багатьох країнах, їхня діяльність часто стає предметом уваги та дискусій щодо ролі у політичних процесах, дотримання етичних норм, впливу на екологію тощо. Наприклад, шведський меблевий гігант IKEA, виходячи на ринки Китаю та Індії, зіткнувся з необхідністю адаптувати свої товари до місцевих культурних особливостей та побажань споживачів [7].

Щоб скористатися перевагами глобалізації та мінімізувати супутні ризики, суб'єкти бізнесу мають ретельно вибудовувати свою торгівельну політику. Типовими стратегіями є:

- диверсифікація експортних ринків;
- спеціалізація на певних товарних нішах;
- створення глобальних виробничо-логістичних ланцюжків;
- укладання угод про спільне підприємництво з іноземними партнерами та ін [3].

Важливо орієнтуватись на перспективні країни з високим економічним потенціалом. Окремої уваги потребує врахування міжнародного середовища. Суб'єкти бізнесу активно відстежують торгівельну політику окремих країн, багатосторонніх організацій (СОТ, ЄС, НАФТА та ін.), вчасно адаптуються до змін у технічних стандартах, митних та інших нетарифних бар'єрах. За потреби вони вдаються до лобіювання власних інтересів на міжнародному рівні [8].

Отже, глобалізація кардинально змінила правила гри для суб'єктів міжнародного бізнесу, відкривши нові ринки та можливості інтернаціоналізації

виробництва, але й загострила конкурентну боротьбу. Щоб ефективно функціонувати в таких умовах, компанії мають виважено формувати власну торгівельну стратегію, максимально враховуючи виклики та перспективи глобального економічного простору.

Список використаних джерел:

1. Bauman, Z. (1998). Globalization: The human consequences. Columbia University Press.
2. Boguslavska, S.I. (2019). Hlobalizatsiia ta yii vplyv na formuvannia torhovelnoi polityky TNK. Ekonomika ta derzhava, (1), 37-41. http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4397&i=17
3. Grahame, T. (2000). Globalization and corporate strategy. Routledge.
4. World Trade Organization. (2023). World Trade Report 2023. https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/wtr_e.htm
5. Козик, В.В., Панкова, Л.А., Даниленко, Н.Б. (2007). Міжнародні економічні відносини. Знання-Прес.
6. Рум'янцев, А.П., Рум'янцева, Н.С. (2004). Зовнішньоекономічна діяльність. Центр навчальної літератури.
7. Філіпенко, А.С. (2008). Міжнародні економічні відносини: теорія. Либідь.
8. Циганкова, Т.М., Петрашко, Л.П., Кальченко, Т.В. (2004). Міжнародна торгівля. КНЕУ.

Ігор Павлишин
PhD студент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль
Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

«РЕАЛЬНА» ТА «ШТУЧНА» НАЦІНКА У ГЛОБАЛЬНИХ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ЛАНЦЮГАХ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Глобальні агропродовольчі ланцюги доданої вартості - це складний механізм, який об'єднує різні стадії виробництва, обробки, доставки та маркетингу сільськогосподарської продукції. Ці ланцюги включають в себе не лише сам процес виробництва, а й послуги, які додаються на кожній стадії цього процесу для створення більшої вартості.

Ось деякі ключові аспекти функціонування глобальних агропродовольчих ланцюгів доданої вартості:

1. «Виробництво»: Це перша стадія, де сільськогосподарські культури вирощуються на полях або фермах. Тут використовуються різні технології та методи, включаючи сучасні методи сільського господарства та використання інноваційних засобів для підвищення врожайності та якості.