

***ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ
ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ***

Баглей Р. Р.

к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Тернопільського національного економічного університету

Рублевич В. А.

магістр Навчально-наукового інституту міжнародних економічних
відносин ім. Б.Д. Гаврилишина
Тернопільського національного економічного університету

Сучасний етап світового економічного розвитку характеризується значним впливом на нього цифровізації. Розвиток міжнародного співробітництва залежить від стану та динаміки світового ринку, процесів міжнародної інтеграції на світовому та регіональному рівнях. Отож базовою категорією у процесі вивчення теоретичних та практичних питань удосконалення механізму міжнародної економічної діяльності, її сучасних особливостей та перспектив є інтернаціоналізація в умовах цифрової економіки.

Сьогодні ефективність економіки регіонів і міст багато в чому залежить від рівня їх цифровізації, яка зачіпає всі сфери життєдіяльності. Світовий мегатренд цифровізації економіки зумовлює необхідність вступу підприємств на шлях цифрових перетворень. Цифрова трансформація підприємств призведе до підвищення їх ефективності та конкурентоспроможності на світових ринках.

Термін «цифровізація» використовується у вузькому і широкому змісті. Під цифровізацією у вузькому змісті розуміється перетворення інформації в цифрову форму, яка в більшості випадків веде до зниження витрат, появи нових можливостей і т. д. Цифровізацію в широкому сенсі можна розглядати як тренд ефективного світового розвитку, але тільки в тому випадку, якщо цифрова трансформація інформації відповідає таким вимогам: вона охоплює виробництво, бізнес, науку, соціальну сферу і звичайне життя громадян; супроводжується лише ефективним використанням її результатів; її результати доступні користувачам перетвореної інформації; її результатами користуються не тільки фахівці, а й пересічні громадяни; користувачі цифрової інформації мають навички роботи з нею.

Інтернаціоналізація — це процес сучасного розвитку, виникаючий у взаємозв'язку і взаємозалежності різних держав і організацій, який веде до виникнення міжнародних об'єднань в різних сферах.

Інтернаціоналізація може відбуватися з різних причин. Найважливішими з них є вигоди від великих обсягів виробництва і продажів, вигоди від управління закупівлями і залучення міжнародних джерел фінансування.

Вихід на міжнародні ринки завжди пов'язаний зі значними ризиками для компанії. Кількість факторів, які активно впливають на діяльність підприємства, зростають в міру віддалення від вітчизняних ринків і в міру зростання масштабів інтернаціоналізації. Основними перешкодами в торгівлі є зарубіжне законодавство, культурні відмінності і політична ситуація в різних країнах. Діяльність на зовнішніх ринках супроводжується підвищеним ризиком, складністю адаптації, вищими трансакційними витратами.

Дії компанії при інтернаціоналізації своєї діяльності можна розділити на три групи:

- традиційна експортно-імпортна діяльність;
- експорт / імпорт know how (ліцензування, франчайзинг і продаж договорів на використання know how), проектний експорт і експорт послуг;
- виробнича / дочірня компанія за кордоном.

В інтернаціоналізації бізнесу можна виділити чотири основні етапи, за якими стоїть весь процес стратегічного планування і управління компанії:

I. Передінвестиційний етап. Підприємство здійснює діяльність лише на внутрішньому ринку шляхом виробництва та продажу товарів, надання послуг.

II. Експортний етап. Підприємство експортує товари і послуги у сусідні країни, з особливостями ведення бізнесу в яких вона добре знайома, через незалежних представників (агентів). Відстань між країнами, яка комплексно оцінюється як мовні, культурні відмінності, особливості політичного устрою, рівень освіти, промислового розвитку тощо, є визначальною при прийнятті рішення про експортування. На цій стадії потенційний розмір ринку є менш вагомим за фізичну відстань до країни, в яку екпортуються товари і послуги.

III. Мережевий етап. Підприємство створює низку підрозділів (мережу представництв), які здійснюють безпосередній продаж на території інших країн. Розмір ринку є головним чинником вибору країни-партнера. Зазвичай, підприємство розпочинає діяльність в країнах, схожих за розміром та рівнем розвитку з його власною країною.

IV. Інвестиційний етап. Створення нового підприємства, поглинання чи злиття з підприємством іноземної країни. На створення виробничих потужностей закордоном впливають наступні чинники: фізична відстань, тарифні обмеження, нетарифні бар'єри, транспортні витрати тощо [1, с. 305].

Інтернаціоналізація збільшує вразливість компанії, оскільки за кордоном часто доводиться діяти в умовах підвищених ризиків. Цьому сприяють несподівані зміни в навколишньому середовищі, посилення зобов'язань виробника по відношенню до споживачів, зростає потреба в компетентному персоналі для управління діяльністю на зовнішніх ринках.

У процесі інтернаціоналізації компанії необхідно постійно контролювати виникнення ризиків, збирати необхідну інформацію по ним і на базі зібраних даних постійно відпрацьовувати системи управління виникаючими ризиками. Необхідно постійно оновлювати наявні дані і бути в курсі змін, що відбуваються в законодавстві, технічних стандартах, патентних заявках, а також заходах валютного контролю, які можуть стати перешкодою для рентабельного бізнесу, якщо в їх відношенні не було прийнято необхідних заходів.

В цілому, інтернаціоналізація бізнесу в умовах цифрової економіки вимагає від всієї компанії, як керівництва, так і решти персоналу, здатності глобально мислити, ставити реальні цілі і знаходити правильне співвідношення між вкладеними ресурсами і ризиками, що виникають при цьому. Цифрова трансформація підприємств призведе до підвищення їх ефективності та конкурентоспроможності на світових ринках.

Список використаних джерел:

1. Johanson J., Wiedersheim P. The Internationalization of the firm: four Swedish cases. *Journal of Management Studies*. 1975. Vol. 12. № 3. P. 305-322.