

Практичне заняття №2

Тема 1. Глобальне середовище бізнесу

План

1. Особливості здійснення міжнародної діяльності
2. Суб'єкти міжнародної господарської діяльності
3. Фактори міжнародного середовища
4. Міжнародна конкуренція

I. Основні поняття

Міжнародна діяльність. Міжнародний бізнес. Інтернаціоналізація. Експорт. Імпорт. Суб'єкт. Багатонаціональна компанія. Глобальна компанія. Ліцензування. Спільні підприємства. Прямі капіталовкладення.

II. Проблемні питання

1. Назвіть характерні риси сучасної міжнародної діяльності?
2. Що може спонукати підприємства до виходу на міжнародні ринки?
3. Які шляхи підприємства можуть використовувати для виходу на міжнародні ринки?
4. Які фактори необхідно враховувати підприємству при виході на міжнародні ринки?
5. Обґрунтуйте, чому важливо для міжнародного бізнесу розуміти культурні аспекти країни, в якій він оперує. (відповідь може базуватися на урахуванні мови, цінностей та звичаїв в даний суспільстві)
6. Наведіть приклади економічних факторів, які не мають економічної сутності, але важливі для ведення бізнесу на міжнародному рівні. (відповідь може включати чисельність населення, рівень освіти, наявність природних ресурсів тощо)
7. Які аспекти законодавчого та державного регулювання мають бути враховані підприємствами, що виступають на міжнародних ринках? (відповідь повинна включати аспекти, такі як оподаткування, стандарти продукції, трудові відносини тощо)

III. Визначте, правильними (П) чи неправильними (Н) є такі твердження:

Твердження	П/Н
На міжнародному ринку можуть бути представлені лише компанії, які виготовляють товари	

Багатонаціональні компанії, знаходячись в одній країні, виготовляють продукцію на світовий ринок	
Звичай не можуть стати перешкодою для міжнародного бізнесу	
Глобальні компанії виготовляють стандартизовану продукцію	
За умови, що підприємства використовують прямі капіталовкладення для виходу на міжнародні ринки, всі учасники є рівними партнерами в справі й отримують прибуток в залежності від частки пакету акцій кожного у спільному підприємстві.	
Мовний бар'єр може стати перешкодою для обміну інформацією в міжнародному бізнесі	
Для того щоб виробляти продукцію за кордоном і при цьому зберігати повний контроль над всіма бізнес-функціями, підприємство обирає стратегію прямих капіталовкладень.	
Ліцензування дозволяє підприємству надавати іноземній компанії право на використання його патентів, технологій та виробничих секретів у заміну на ліцензійні платежі.	
Експорт продукції передбачає виробництво товару поза кордонами держави підприємства.	

Нижче наведено список визначень та список термінів. Ваше завдання - з'єднати відповідне визначення з правильним терміном.

Визначення	Термін
Процес або спосіб ведення комерційної діяльності за кордоном, зокрема в кількох країнах.	Міжнародна діяльність
Організації або індивіди, які здійснюють міжнародні комерційні операції або конкурують на зовнішніх ринках.	Фактори міжнародного середовища
Зовнішні умови та впливи, які можуть впливати на рішення та дії міжнародних компаній.	Міжнародна конкуренція
Ринкова ситуація, коли бізнеси з різних країн змагаються між собою, намагаючись отримати перевагу в глобальному масштабі.	Суб'єкти міжнародної господарської діяльності

Ситуаційна задача:

Завдання:

Ви — директор компанії, яка виробляє екологічно чисті харчові продукти. Ваша компанія має добре стабілізовану позицію на внутрішньому ринку, і тепер ви прагнете вийти на міжнародний ринок, зокрема, плануєте почати експортувати продукцію в одну з країн Європейського Союзу.

Завдання:

1. Культурний аналіз:

- **Мова:** Як ви плануєте адаптувати маркетингові матеріали та етикетки продуктів до особливостей мови та культури цільової країни?
 - **Цінності та звичаї:** Чи враховує ваш продукт культурні традиції і дієтологічні вподобання населення країни?
2. **Економічний аналіз:**
- **Ринковий аналіз:** Які економічні тенденції (інфляція, рівень зарплат, ставки банківського проценту тощо) вам потрібно врахувати?
 - **Ресурси:** Чи врахували ви доступність та якість місцевих природних ресурсів у виробництві?
3. **Закони та державне регулювання:**
- **Оподаткування і стандарти:** Як ви плануєте пристосувати свою продукцію до законодавчих норм та стандартів ЄС?
 - **Патенти і трудові відносини:** Як ви плануєте захистити свої інтелектуальні права і чи є у вас стратегія з приводу трудових відносин?
4. **Політичний аналіз:**
- **Стабільність:** Як ви оцінюєте політичну стабільність країни, і як це може вплинути на ваш бізнес?
 - **Реакція на політичні зміни:** Який план дій у вас є на випадок раптових політичних змін в країні?

Кінцеве рішення:

На основі ваших аналізів, виробіть стратегічне рішення щодо входу на міжнародний ринок. Чи є цей ринок підходящим для вашої компанії на даному етапі? Які ключові елементи повинні бути включені у ваш план дій?

Приклад PEST-аналізу для виробника електромобілів, який планує вийти на польський ринок:

Political (Політичні фактори)

- **Стабільність уряду:** Польща має стабільний політичний клімат, що створює сприятливе середовище для бізнесу.
- **Регулятивні положення:** Європейські та національні регулятивні норми в сфері екологічної безпеки можуть сприяти продажу електромобілів.

Economic (Економічні фактори)

- **Економічний розвиток:** Польща демонструє стабільний економічний розвиток, що сприяє підвищенню покупної спроможності населення.
- **Інфраструктура:** Важливо врахувати розвиток інфраструктури для електромобілів (станції зарядки, дорожня мережа тощо).

Social (Соціальні фактори)

- **Соціокультурні аспекти:** З'ясування ставлення населення до екологічних інновацій та електромобілів конкретно.
- **Демографія:** Аналіз демографічної структури допоможе визначити цільову аудиторію (вік, стать, дохід).

Technological (Технологічні фактори)

- **Рівень технологічного розвитку:** Польща активно розвиває технологічний сектор, що може стати основою для впровадження новітніх технологій виробництва та управління електромобілями.
- **Інновації:** Розробка та запуск інноваційних продуктів може допомогти компанії вийти на лідируючі позиції на ринку.

Сумуючи, при виході на польський ринок слід уважно вивчити і враховувати всі аспекти PEST-аналізу для прийняття обгрунтованого рішення та формування ефективної стратегії бізнесу.