

відбуваються на ринку; процес маркетингу варто розглядати як дисципліну, що лежить на перетинанні напрямків діяльності і тематичних областей, а не вважати його сферою відповідальності одного лише підрозділу маркетингу; вирішальним моментом є глибоке розуміння конкуренції на ринку з тих позицій, з яких її бачить клієнт.

#### Література:

1. Webster F. The Changing Role of Marketing in Corporation / Journal of Marketing. 1992. Vol. 56. № 4. P. 117.
2. Дойль П. Менеджмент : стратегия и тактика. СПб. : Питер, 1999. 560 с.
3. Литвиненко А. О., Литвиненко О. Д. Трансформація світового ринку в умовах глобалізації. Розділ 3. Параграф 3.1, 3.2., 3.3. Міжнародні економічні та суспільні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку : монографія / за ред. Л. М. Савчук, М. В. Корнєєва. Дніпро: Пороги, 2021. С. 69-110.

## РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

А. О. ЛИТВИНЕНКО, канд. екон. наук, доц.,  
доц. кафедри міжнародних економічних відносин,  
В. О. КОСТИНСЬКА, студентка  
*Харківський національний економічний університет ім. Семе́на Кузне́ця,  
м. Харків, Україна*

Пандемія COVID-19 внесла свої корективи у розвиток багатьох галузей та секторів економіки та суспільства. Введені заходи соціального дистанціювання, обмеженість пересування та його наслідки спричинили втрати робочих місць і закриття підприємств, вимушений переведення дистанційну роботу освітніх установ, погіршення благополуччя населення загалом тощо. Малі, середні та мікропідприємства, що становлять основу світової економіки, стали одними з найбільш постраждалих від коронавірусу суб'єктів внаслідок зниження попиту на їх послуги та продукцію, втрат доходів аж до подальшого закриття. У порівнянні з великими організаціями дані структури мають набагато менше ресурсів для подолання складних кризових періодів. Крім того, багато підприємств цієї категорії знаходяться в неформальному секторі економіки, що ще більше посилює їх становище в умовах пандемії.

Цілком очевидно, що COVID вніс серйозні зміни до глобального бізнес-середовища. На міжнародні організації значно вплинули соціальні та економічні зміни у різних країнах у всьому світі. Дослідження виявило кілька глобальних тенденцій, що впливають на міжнародних підприємців та які важливо згадати у контексті даного дослідження. До цих тенденцій відносяться зміни у глобальному ланцюжку поставок, руйнування інститутів та мереж, цифровізація бізнесу, глобальні інновації в галузі охорони здоров'я, розвиток соціального підприємництва, розвиток стійкості та орієнтація на інноваційне підприємництво. Кожен із цих чинників по-своєму впливає міжнародне

підприємництво та швидко інтернаціоналізацію, створюючи як проблеми, і можливості для підприємців.

Пандемія COVID значно порушила міжнародні бізнес-мережі, що може негативно вплинути на глобальну активність, що зароджується, у майбутньому. Це може зменшити потік ідей, ресурсів, соціального капіталу, необхідний швидкої інтернаціоналізації. Більше того, спостерігається тривожна тенденція до скорочення потоку венчурного капіталу через міжнародні кордони, особливо в країнах з економікою, що розвивається. Тим не менш, існує позитивна тенденція до появи онлайн-мереж у вигляді груп підтримки бізнесу, онлайн-хакатонів на підтримку молодих підприємців, мережевих груп. Деякі з природжених глобальних підприємців продовжують брати активну участь в онлайн-мережах. Триваюча тенденція до руйнування традиційних мереж, очевидно, не є великою проблемою для вроджених глобальних підприємців, оскільки вони демонструють високий рівень підприємницької орієнтації та стійкості.

Цифровізація бізнесу була однією з постійних тенденцій до COVID, яка дозволила багатьом глобальним підприємцям негайно розпочати свій бізнес на міжнародному рівні. Нові комунікаційні технології, доступність Інтернету та багато інструментів цифрового бізнесу дозволили компаніям легко вести бізнес на міжнародному рівні. Однак лише під час COVID, коли багато підприємців змушені були закрити чи скоротити свій бізнес, були повністю переосмислені методи роботи. Коли для людей стало неможливо працювати в офісі, ходити магазинами і навіть навчатися, цифрові технології змогли запропонувати інноваційні рішення, які до пандемії використовувалися лише першопрохідниками. Пандемія сприяла поширенню цифрових технологій. У той час як для деяких підприємців адаптація до «нової норми» пройшла гладко, інші намагаються адаптувати свою діяльність до нових цифрових викликів і були змушені обмежити свою діяльність. Незалежно від того, чи вдасться компаніям адаптуватися до нової тенденції, цифровізація має безальтернативний характер, особливо для міжнародних компаній, які хочуть швидко вийти на глобальний рівень.

Умови підприємництва, що змінилися, вимагали адаптації підприємницької поведінки. Підприємці, народжені глобальними, відрізняються гнучкістю, стійкістю та підприємницькою орієнтацією. В умовах кризи COVID це особливо необхідно, оскільки багато глобальних стартапів доводиться здійснювати з дедалі більш обмеженими ресурсами та в дедалі більш нестабільному діловому середовищі. Багато хто з природжених глобальних підприємців мають міжнародний досвід та міжнародні мережі, які допомагають їм зберігати стійкість навіть за умов кризи. Для природжених глобальних підприємців важливо зберігати свій соціальний капітал у довгостроковій перспективі та залишатися у процесі безперервного навчання. Навчання та освіта дозволяють глобальним підприємцям діяти у нових бізнес-середовищах, працювати з новими клієнтами та зацікавленими сторонами.

COVID вплинув на міжнародний бізнес, і нам ще рано робити остаточні висновки. Проте ми можемо спостерігати певні тенденції, які впливають на

міжнародних підприємців. До цих тенденцій відносяться зміни у глобальному ланцюжку поставок, руйнування інститутів та мереж, цифровізація бізнесу, глобальні інновації в галузі охорони здоров'я, розвиток соціального підприємництва, розвиток стійкості та підприємницької орієнтації. Кожен із цих факторів по-своєму впливає на міжнародне підприємництво та швидку інтернаціоналізацію, створюючи як проблеми, так і можливості для підприємців. Вивчення результатів діяльності вроджених глобальних фірм є відносно новим, і криза COVID відкрила нові області для майбутніх потенційних досліджень. До COVID, зважаючи на технологічні досягнення в галузі зв'язку, транспортної логістики та зниження торгових бар'єрів, здавалося, що народжена глобальна бізнес-модель стане більш популярною у всьому світі. Область дослідження фірм і підприємців, народжених глобальними, є динамічною і цікавою як для вчених, так і для практиків бізнесу.

#### Література:

1. Jaworski B., Kohli A. K., Sahay A. Market-driven versus driving markets. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (1) (2000), Pp. 45-54.
2. Vargo S. L., Lusch R. F. It's all B2B... and beyond: Toward a systems perspective of the market *Industrial Marketing Management*, 40 (2) (2011), Pp. 181-187.
3. Jorda O., Singh S. R., Taylor A. M. Longer-run economic consequences of pandemics (Report no. w26934) National Bureau of Economic Research (2020). URL: <https://www.frbsf.org/economic-research/files/wp2020-09.pdf> (дата звернення 24.01.2022).
4. E-commerce, trade and the covid-19 pandemic. WTO Secretariat. Report. URL: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/covid19\\_e/ecommerce\\_report\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf) (дата звернення 24.01.2022).
5. Литвиненко А. О., Литвиненко О. Д. Трансформація світового ринку в умовах глобалізації. Розділ 3. Параграф 3.1, 3.2., 3.3 / Міжнародні економічні та суспільні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку : монографія / за ред. Л. М. Савчук, М. В. Корнєєва. Дніпро: Пороги, 2021. – С. 69-110.

## **ВПЛИВ КРИЗИ COVID-19 НА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЕКОНОМІКУ КРАЇН СВІТУ**

А. О. МОСКВИНА, канд. екон. наук, доц.,  
доц. кафедри економічної теорії та міжнародної економіки  
В. Р. ОСТРОВЕРХ, магістрантка  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Пандемія COVID-19 і породжена нею економічна криза для всіх країн світу стали в край серйозним викликом за останні десятиліття. У зв'язку з цим багато експертів говорять про «нову реальність», в якій доведеться по-новому функціонувати не тільки національним системам охорони здоров'я, а й багатьом галузям економіки, що зіткнулися в умовах пандемії з необхідністю радикальної зміни формату діяльності.