

## ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Н. Г. Шкіль,  
здобувач

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Стаття присвячена виявленню тенденцій та імперативів розвитку міжнародного бізнесу на сучасному етапі. Виявлено, що при здійсненні міжнародної підприємницької діяльності фірми можуть вибирати один або декілька видів міжнародного підприємництва або методів інтернаціоналізації, до яких належать такі: експорт та імпорт товарів і послуг; неформальні стратегічні альянси; іноземні інвестиції.

**Ключові слова:** глобалізація, економіко-бізнесове співробітництво, інтернаціоналізація бізнесу, конкуренція, технологічні уклади, ТНК.

### ИМПЕРАТИВЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена выявлению тенденций и императивов развития международного бизнеса на современном этапе. Обнаружено, что при осуществлении международной предпринимательской деятельности фирмы могут выбирать один или несколько видов международного предпринимательства или методов интернационализации, к которым относятся: экспорт и импорт товаров и услуг; неформальные стратегические альянсы; иностранные инвестиции.

**Ключевые слова:** глобализация, экономико-деловое сотрудничество, интернационализация бизнеса, конкуренция, технологические уклады, ТНК.

### IMPERATIVES OF THE MODERN SYSTEM OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

The article reveals trends and imperatives of international business today. International business firms can choose one or several international business internationalization or methods, which include the following: exports and imports of goods and services; informal strategic alliances, foreign investment.

**Key words:** globalization, economic and business cooperation, internationalization of business competition, technological structure, multinationals.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі практично всі країни світу залучені в процес глобалізації. Україна виступає на сьогоднішній день в ролі тільки приймаючої сторони – глобальні компанії відкривають свої філії та виробничі комплекси, і Україна нездатна поки освоїти глобальний бізнес. Появі глобальних компаній в Україні перешкодили економічні труднощі, несприятлива законодавча база і нестійкість політичної ситуації, пов'язані з переходом від командної економіки до ринкової.

Для виявлення помилок, допущених в економічній політиці і практиці в країні, необхідно провести аналіз наявного досвіду західних глобальних корпорацій, визначення позитивних і негативних наслідків глобалізації.

**Аналіз останніх публікацій з теми.** У роботах різних авторів, присвячених проблемам світового господарства, дослідження в області міжнародного бізнесу досить часто явище.

У вітчизняній науці питанням методологічного забезпечення досліджень міжнародних економічних відносин присвячені праці таких вчених: В. Будкіна, В. Вергуна, С. Гасіма, В. Геєця, А. Голікова, В. Гондюла, О. Довгаль, І. Пузанова, М. Рубцової, В. Сідорова, А. Філіпенка, С. Якубовського та ін.

**Мета статті.** Визначити сучасні імперативи розвитку міжнародного бізнесу під впливом глобальних макроекономічних процесів.

**Виклад основного матеріалу.** Глобалізація є об'єктивно-логічним процесом і вищою стадією інтернаціоналізації, яка характеризується трансформацією та формалізацією всіх видів діяльності сучасного суспільства. Окремі автори визначають глобалізацію як процеси технологічної (в тому числі інформаційної), економічної, культурної та політичної інтеграції людства, у зв'язку з чим, докорінно змінюється світоустрій і глобальна суспільна парадигма [1, с. 80].

На сучасному етапі жодна країна не може залишитися осторонь від масштабних процесів інтернаціоналізації і глобалізації міжнародних економічних відносин, участь в яких дозволяє не тільки вирішити нагальні економічні проблеми, а й активно інтегруватися у світові технологічні потоки, освоювати й ефективно використовувати закордонний досвід організації та управління виробництвом. Залучення до світової спільноти не тільки веде до кардинальних змін у виробництві та споживанні, але й істотно реформує уявлення людей про сучасний світ, змушує осмислювати нові проблеми, що вимагає особливості поведінки, кваліфікації і знань. Зміни, що відбуваються у світі, ініціюють появу нових, так званих глобальних підприємницьких можливостей, нових ідей і способів їх втілення. Особливо велике значення міжнародного торгово-економічного, науково-технічного та економіко-бізнесового співро-

бітництва. Останнє, у свою чергу, є акумулятивним феноменом, який видозмінюється та трансформується під впливом багатьох факторів.

На сучасному етапі, міжнародний бізнес являє собою складно-структуровану систему, в основі якої лежать інтернаціоналізація та глобалізація. Дані процеси є логічно послідовними та створюють відповідний ланцюг щодо формування якісно нової глобальної бізнесової парадигми [4, с. 111].

З розвитком процесів інтернаціоналізації форми міжнародного бізнесу видозмінюються від простих (міжнародна торгівля) до складних (міжнародні корпорації з прямими іноземними інвестиціями), тим самим продукуючи нові виклики для всіх суб'єктів економічних відносин. У результаті відбувається зміна полюсів та трансформація глобального бізнес-комплексу, утворюючи нові імперативи міжнародного бізнесу. Їх можна розглянути з точки зору експансії, проникнення та утвердження на нових ринках (інтернаціоналізація та глобалізація), а також, виходячи з пріоритетних напрямів діяльності, які є на сьогоднішній день основою успіху та отримання надприбутку (інновації, трансфер технологій).

Першочерговими імперативами для розвитку міжнародного бізнесу є інтенсифікація процесів інтернаціоналізації та глобалізації [5, с. 46].

Інтернаціоналізація являє собою процес розвитку стійких економічних взаємозв'язків між країнами (насамперед на основі міжнародного поділу праці) і виходу відтворення за рамки національного господарства.

Для розуміння етапів інтерналізації варто використовувати відому модель EPRG (етноцентризм – поліцентризм – регіоцентризм – геоцентризм), яку розробив Говард Перлмуттер [2, с. 39].

Етноцентризм (Е) означає підпорядкування зарубіжних операцій внутрішнім операціям.

Поліцентризм (Р) – урахування особливостей бізнесового середовища кожної приймаючої країни.

Регіоцентризм (К) – зосередження повноважень і комунікацій на регіональному рівні, який містить групу приймаючих країн-сусідів.

Геоцентризм (глобалізм) (О) – означає діяльність компанії по всьому світу шляхом розвитку співробітництва штаб-квартири з філіями для розроблення стандартів і процедур, що відповідають і загальним, і локальним завданням фірми.

Інтернаціоналізація бізнесу може здійснюватися в різних формах – експортна торгівля, створення представництв, торгових фірм, спільних підприємств за кордоном, перенесення виробництва, проведення НДДКР, розробки маркетингового комплексу в інших країнах тощо. Вибір раціональної форми інтернаціоналізації бізнесу залежить від стратегічних цілей фірми і конкретних умов діяльності на батьківщині і за кордоном. Вибір бажаного етапу інтернаціоналізації бізнесу в залежності від цілей фірми й умов її діяльності показаний в табл. 1.

Вибір оптимальної форми інтернаціоналізації залежить від значного числа факторів, що визначають стратегію фірми щодо вибору продукту, технології його виготовлення, маркетингу, розміщенню виробництва. Тому попередньо повинні бути обрані варіанти стратегії маркетингу, продукту / технології та розміщення виробництва.

Важливим етапом інтернаціоналізації бізнесу є вибір оптимальної стратегії виробництва, а також співвідношення всіх факторів останнього з урахуванням специфіки ринку. Дана стратегія вираховується за допомогою матриці, яка представлена в табл. 2.

Результатом посилення інтернаціоналізації економіки та бізнесу є формування феномену «глобалізації». Її основу складає зростання взаємозалежності національних економік і все більш тісну їх інтеграцію. Виникають глобальні системи інфраструктури (транспортна мережа, Інтернет та ін.). Зростає значення глобальних проблем сучасності, вирішення яких потребує співпраці всіх країн світу. Істотного впливу зазнав науково-технічний прогрес, в першу чергу, в галузі інноватики. Процес глобалізації зачіпає не тільки рівень міждержавних відносин, але і всі рівні економіки. Значний вплив він робить і на розвиток компаній різних країн.

Одним з явищ, тісно пов'язаних з глобалізацією, є транснаціоналізація – становлення великих міжнародних корпорацій і банків, що здійснюють свою діяльність по всьому світу. З початком процесу глобалізації пов'язана якісно нова епоха в розвитку міжнародного підприємництва, коли на перше місце виходять транснаціональні компанії і транснаціональні банки (ТНК і ТНБ). Безумовно, самі ці корпорації виникли значно раніше, але лише сьогодні виникає специфічна транснаціональна економіка або транснаціональний бізнес, що являє собою своєрідну «світову шахову дошку», на якій змагаються провідні міжнародні компанії. Конкуренція цих компаній нерідко є більш гострою, ніж на національному рівні, використовуються принципово інші методи конкурентної боротьби. ТНК перетворюються в самостійну силу, враховувати вплив якої змушені і національні уряди – у низці випадків міжнародні компанії перетворюються на своєрідний «полюс влади» у світовій економіці [3, с. 126].

При аналізі транснаціонального бізнесу не можна, однак, не враховувати два його аспекти: по-перше, спостерігається активна конкурентна боротьба між провідними компаніями, по-друге, формується ціла система взаємозв'язків між ними. Наприклад, не випадково новим принципом діяльності концерну Ford стає неможливість для великої автомобільної компанії здійснювати свою діяльність без тісної кооперації з іншими лідерами в галузі автомобілебудування. Формуються численні стратегічні альянси між ТНК різних країн і багатонаціональні компанії (МНК), міжнародні не тільки за розмахом діяльності, але і за складом капіталу. У зв'язку з цим виникає необхідність докладного аналізу взаємозв'язків між провідними

**Вибір бажаного етапу інтернаціоналізації бізнесу**

Етап інтернаціоналізації	Підетапи інтернаціоналізації	Умови для реалізації	Цілі
1. Експортний	1.1. Продаж через агентів	– незначна доля експорту у продажу; – відсутність бар'єрів для імпорту; – місцевий попит перевищує пропозицію.	– подолання циклічності в попиті; – реалізація відмінностей в економічних умовах; – зростання обсягів продажів.
	1.2. Створення представництв	– значна частка експорту в продажах; – відсутність бар'єрів для імпорту; – попит дорівнює пропозиції; – високий рівень конкуренції; – важливість післяпродажного обслуговування.	– подовжений попит; – вигоди від масового виробництва.
2. Міжнародний	2.1. Локальний маркетинг	– відмінності в умовах діяльності; – необхідність диференціації маркетингу; – інтенсивна конкуренція	– реалізація відмінностей в умовах діяльності.
	2.2. Локальне виробництво	– наявність бар'єрів для імпорту	– доступ до локальних ресурсів
	2.3. Локальні НДДКР	– більш низька вартість; – специфіка маркетингу	
3. Транснаціональний (глобальний)		– світова конкуренція	– вигоди від масового виробництва; – глобальна оптимізація: НДДКР–ресурси–виробництво

Складено автором за матеріалами : [1, 3, 4]

Таблиця 2

**Вибір варіантів розміщення виробництва**

Альтернативи Фактори	Локальне виробництво	Глобальна мережа виробництв	Централізоване виробництво
1. Економія за рахунок масштабів виробництва	Мала	Значна	Велика
2. Витрати на транспортування	Великі	Значні	Низькі
3. Митні бар'єри	Великі	Значні	Низькі
4. Балансування валют	Важке	З труднощами	Просте
5. Локальне законодавство з ввезення	Обмежує	Нейтральне	Дозволяюче (лояльне)
6. Різниця у вартості робочої сили	Низька	Велика	Низька
7. Різниця у витратах по реакції на нестабільність ринку	Низька	Значна	Висока

Складено автором за матеріалами : [1, 3, 4]

корпораціями світу і принципів їх взаємодії. Тому доцільно використовувати поняття «мета корпорації», а також розглянути її характерні особливості.

Розвиток підприємств, їх взаємодія і конкуренція в ринковій економіці об'єктивно ведуть до необхідності об'єднання окремих підприємств. У той же час нерідко компанії не йдуть на повне злиття, а створюють той чи інший механізм взаємодії, що дозволяє їм зберегти статус юридичної особи і при цьому співпрацювати з іншими підприємствами. У зв'язку з цим виникає принципово новий вид компаній, де мова йде вже не про окремі підприємства, а про об'єднання юридичних осіб. До цих пір не існує загальноприйнятого терміну для позначення подібних об'єднань – у літературі використовуються поняття: «інтегрована корпоративна структура», «зв'язано-диверсифікована система», «інтергломерат», «інтегрована бізнес-група», а також «мета корпорації».

Класифікація метакорпорацій являє собою особливу проблему. Виділяють цілу низку критеріїв кла-

сифікації. Для цілей організаційного управління найбільш важливим є розподіл метакорпорацій на холдингові (тобто засновані на акціонерному способі контролю та відносинах власності) і нехолдингові (взаємини усередині яких регулюються спеціальними угодами). У загальному вигляді можна стверджувати, що холдингова компанія – це юридична особа, яка здійснює таким чином чи іншим чином контроль над низкою інших юридичних осіб. Контроль в холдинговій компанії заснований на володінні акціями дочірніх і залежних підприємств. У той же час можливі й інші форми участі в капіталі дочірніх компаній. Більшість метакорпорацій сьогодні використовує саме холдингову форму контролю – наприклад, концерни і конгломерати. Об'єднання банків і промислових підприємств (фінансово-промислові групи) також нерідко оформлені у вигляді холдингів, хоча використовуються й інші механізми контролю. Акціонерна форма контролю також реалізується подвійно: як ієрархічна структура, тобто

контроль холдингу над дочірніми підприємствами, і як так звана етархія, тобто система перехресного володіння акціями. Нехолдингові метакорпорації засновані переважно на неакціонерних формах контролю — угодах, особистих уніях та ін. До цієї групи належать, наприклад, консорціуми, стратегічні альянси (національні та міжнародні), віртуальні корпорації. Нехолдингові метакорпорації можна також поділити на дві групи: об'єднання, засновані на концентрації контролю над ресурсами та послугами, та об'єднання, в рамках яких здійснюється добровільна централізація владних повноважень (договірні метакорпорації). Саме договірний характер мали перші інтегровані корпоративні структури — картелі, синдикати. Розглянута класифікація багато в чому є умовною, тому що, як правило, холдинговий контроль доповнюється системою договорів, і навпаки, неакціонерні об'єднання переростають у холдингові. ТНК і фінансово-промислові групи поєднують обидві форми контролю [4, с. 13, 5, с. 28].

Слід також зазначити, що якісно новий етап розвитку світової економіки зумовлений впливом індустріального суспільства на постіндустріальне, яке все чіткіше стає інформаційним, параметрами якого є інформаційно-комунікаційні технології, інформація, знання, інформаційні мережі, Інтернет як вагомі фактори виробництва. Інформація у сукупності з інформаційно-комунікаційними технологіями і знаннями стають одним з важливих факторів успішного функціонування будь-якої економічної системи, що впливає на розвиток сучасних форм міжнародного бізнесу і модернізацію старих форм бізнесу. У результаті розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та інформаційної економіки виникли нові суб'єкти, нові форми і концепції міжнародного бізнесу, відбулися зрушення у моделі міжнародної торгівлі (робота Інтернет-крамниць, Інтернет-аукціонів, Інтернет-майданчиків) і конкуренції. Розвитку набувають нові фінансові системи в Інтернет під впливом електронної комерції та

росту частки електронних грошей в обігу: Інтернет-банкінг, Інтернет-трейдинг, Інтернет-страхування.

**Висновки.** Таким чином, на основі проведеного аналізу можна зробити певні висновки, які підкреслять досягнення мети статті. Особливо важливо підкреслити, що завдяки присутності глобальної компанії на багатьох ринках світу, обсяги виробництва зростають, що дозволяє досягти масштабного виробництва, і отже, знизити витрати на виробництво одиниці продукції. Річний дохід від продажів однієї тільки корпорації General Motors перевершує сумарний ВВП сімдесяти країн.

В даний час жодна глобальна компанія не досягла ідеальної моделі глобалізації (повної стандартизації виробничого процесу, торгівлі і стратегії). Але процес глобалізації триває, і компанії намагаються якомога ближче підійти до ідеальної моделі, тому що чим ближче знаходиться компанія до ідеальної моделі, тим крупнішою, сильнішою і багатшою вона стає, тим вище її успіх, тим більше вона дає своїй державі та й іншим країнам, в яких вона працює. Глобальний характер міжнародного бізнесу є його найважливішою визначальною рисою, оскільки, по суті, він охоплює світову систему інформаційного ділового обміну, всесвітній фінансовий ринок, глобальну структуру технологічних нововведень (і сам охоплюється ними). У межах просування від рівня до рівня інтернаціоналізації все більше зростає значення того, як дана якість проявляється у даному бізнес-секторі або, точніше, як ефективність цього бізнесу визначається використанням глобалізації. Отже, сама глобалізація органічно переплітає всередині себе ті п'ять характерних ознак (доступність і загальність; ступінчастість розвитку; технологічна глобалізація; становлення фінансової економіки; дивергентно-конвергентна взаємодія національного й інтернаціонального). Нарешті, міжнародний бізнес як система оновлюється складно взаємодіючими професійними знаннями принципово більш високого рівня, ніж наявна в будь-якому державному (або локальному) бізнесі.

**Науковий керівник: к.е.н., професор В. І. Сідоров**

#### Список літератури

1. Вергун В. А. Іноземні інвестиції: офшорні зони та їх інституції в міжнародному бізнесі : навч. посіб. / В. А. Вергун, О. І. Ступницький. — К. : Київський університет, 2012. — 303 с.
2. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво : пер. з англ. В. С. Гуля / П. Друкер. — К. : Україна, 1994. — 319 с.
3. Мешко Н. П. Інноваційний розвиток країн світової економіки в умовах глобалізації : монографія / Н. П. Мешко. — Донецьк: Юго-Восток, 2008. — 305 с.
4. Михайлова Л. І. Міжнародний бізнес : навч. посіб. / Л. І. Михайлова, С. Г. Турчіна, Ю. І. Данько. — Суми: Вид-во Козацький вал ВАТ Сумська обласна друкарня, 2009. — 156 с.
5. Шнирков О. І. Європейський Союз у глобальному інноваційному просторі / О. І. Шнирков. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. — 143 с.