

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

© Ільчук П. Г., 2014

Визначено сутність категорії «інтернаціоналізація» у працях зарубіжних та українських вчених, запропоновано авторське трактування поняття «інтернаціоналізація» як «розширення та/або перенесення діяльності підприємства за межі ринку країни базування (національного) на закордонні ринки з врахуванням і адаптацією діяльності до умов господарювання на цих ринках».

Проаналізовано сучасний стан та напрями співпраці України з іншими державами. Зокрема, розглянуто географічну структуру та динаміку зовнішньої торгівлі України товарами та послугами, кількість та географічне розташування представництв українських підприємств за кордоном, обсяги прямих інвестицій з України в економіку зарубіжних країн. Виявлено, що економіка України готова до ведення підприємницької діяльності на закордонних ринках, яка може мати такі прояви: експорт продукції; створення представництва (філії, відділення) на території іноземної держави; прямі інвестиції (акціонерний капітал) як джерело фінансування підприємств на цих ринках.

Ключові слова: інтернаціоналізація, глобалізація, зовнішня торгівля, іноземні інвестиції.

P. G. Il'chuk

Lviv Polytechnic National University

ESSENTIAL CHARACTERISTICS OF THE UKRAINIAN ECONOMY INTERNATIONALIZATION

© Il'chuk P. G., 2014

In the current global economic system businesses normally operate in many geographic markets and therefore the study of the key problems of business internationalization, such as an enterprise entering a foreign market or foreign market presence activities is very relevant at the moment.

In this article, we systematize different approaches used by international and local researchers to reveal the essence of “internationalization” category as well as their own definition of “internationalization”. We also examine actual status and the dynamics of internationalization of the Ukrainian economy.

In our article, we analyze the current state and possible vectors of cooperation between Ukraine and other countries. In particular, we review the geographical structure and the dynamics of Ukraine's foreign trade in goods and services, the number and geographical locations of the representative offices of Ukrainian companies abroad, the amounts of Ukrainian direct investments in the foreign economies. It appears, that Ukrainian economy is ready for entrepreneurial activity in foreign markets. First of all, it means an export of the goods produced in Ukraine, setting up the

representative offices overseas, direct investments (share capital) as the enterprise finance source in the markets abroad. The investigation of the geographical structure of Ukraine's foreign trade in goods and services reveals, that Ukrainian companies focused their activities (apart of the local market) on the three main geographical markets – European, Asian and CIS (Commonwealth of Independent States). First of all, this is explained by the geographical proximity of this markets to Ukraine. As for the Ukraine's services export, the main importers are CIS and European countries followed by Asian and American regions. Hence, the enterprises working with services delivering expand to the foreign markets more actively.

The systematization of the information concerning representative offices of Ukrainian companies abroad has shown their presence in five geographical regions: 1 in Africa, 4 in America, 13 in Asia, 15 in Europe and 134 in CIS countries. The geographical location of the highest fraction of the representative offices abroad coincides with the geographical regions where Ukraine exports most of the goods and services. This is explained by the mental and cultural connection of Ukraine with CIS countries, where Ukraine exports as much as 34,85 % of goods and 41,25 % of services.

Based on the consolidated data concerning Ukrainian direct investments abroad, it was found out that 88,49 % of Ukrainian direct investments were placed in Cyprus. This fact confirms, first of all, the efforts to disguise the real profits of Ukrainian enterprises via collaboration with Cyprus offshore companies.

One of the results of the undertaken research is the definition of the essence of “internationalization” category used by international and local researchers in their studies. Taking into consideration different approaches of international researchers and the necessity to adopt to the business conditions of foreign markets we propose author definition of the “internationalization” concept as the “expansion and/or the transfer of the entrepreneurial activities outside the national home market to the foreign markets taking into account and adopting activities to the business conditions in these markets”.

Key words: internationalization, globalization, international trade, foreign investments.

Постановка проблеми. Ринкова економіка ґрунтується на принципах вільного підприємництва, одним із яких є і свобода вибору обсягів та ринків господарювання. Для країн з ринковою економікою не існує обмежень щодо ведення бізнесу виключно в межах одного територіального ринку країни базування. Відповідно все більшої актуальності набувають питання входу підприємства на закордонні ринки – час, спосіб, сектор, а також розроблення заходів присутності на закордонних ринках (координація видів діяльності, стандартизація і адаптація дій, сегментація ринку, визначення цілей діяльності тощо). Процеси всесвітньої економічної інтеграції та уніфікації зумовлюють необхідність чіткого розуміння процесів інтернаціоналізації, що неможливо без однозначного теоретичного трактування їхньої сутності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтернаціоналізація виникла як відповідь на різноманітність і мультикультурність з метою створення глобальних компетенцій [18]. Тобто глобалізацію доцільно розглядати як соціально-економічний процес; а інтернаціоналізацію – як спосіб реагування підприємства на глобалізацію.

Аналізуючи останні дослідження, що стосуються визначення економічної категорії «інтернаціоналізація», було виявлено, що у науковців немає єдиної думки щодо її трактування. Зокрема, Е. Н. Epstein зазначає, що поняття «глобалізація» та «інтернаціоналізація» часто вживаються як синоніми, вказуючи на зростання взаємозв'язку і взаємозалежності суб'єктів господарювання всього світу [19, с. 936–940]. Проте, на нашу думку, ці категорії не є ідентичними і потребують чіткого розмежування.

Поняття «глобалізація» введено в економічну літературу для характеристики комплексного взаємозв'язку країн і регіонів [13, с. 29]. О. І. Гонта визначає інтернаціоналізацію як фактор глобалізації, тобто «силу», що зумовлюватиме глобалізаційні процеси [2, с. 157].

Глобалізація суттєво доповнює і збагачує, за своїми напрямками і проявами, процес інтернаціоналізації, що зумовлює зміну якості міжнародних економічних відносин і світогосподарських процесів загалом. Як зазначає J.-M. Siroen, основою глобалізації є інтеграція, яка призводить до «розмивання» національних кордонів, зміни ролі держави та поглиблення інституційної та соціально-економічної конвергенції країн [25, с. 684]. Ці процеси не розглядаються у межах поняття «інтернаціоналізація», однак істотно на нього впливають. Глобалізація та інтернаціоналізація стають різними сторонами того самого процесу – утворення цілісного світу [3, с. 37]. Відповідно все ще не вирішеною частиною проблеми дослідження взаємозв'язку та сутності глобалізації та інтернаціоналізації є відсутність чіткого теоретичного трактування терміна «інтернаціоналізація», який би розмежував ці дві категорії та забезпечив коректне їхнє використання під час дослідження та аналізування економічних процесів.

Мета (завдання) статті. Основне завдання статті – систематизувати підходи зарубіжних та вітчизняних вчених щодо сутності категорії «інтернаціоналізація» і на основі критичного аналізування запропонувати авторське трактування досліджуваного поняття. Окремим завданням є дослідження сучасного стану та динаміки інтернаціоналізації економіки України, що дозволить сформулювати висновки та рекомендації щодо доцільності впровадження цих процесів в Україні.

Виклад основного матеріалу. Спочатку проблеми інтернаціоналізації ототожнювалися із проблемами експорту, проте експорт – це не інтернаціоналізація. Це значно вужче поняття, ніж інтернаціоналізація, це один із показників, що характеризує інтернаціоналізацію економіки, тому ототожнювати ці дві категорії неправильно. Експорт є одним із проявів інтернаціоналізації економіки. На основі показника експорту можна аналізувати активність підприємств на закордонних ринках. Проте дослідження показників експорту не дає відповіді на питання про конфігурацію та координацію видів діяльності підприємства на закордонних ринках.

Діяльність підприємств на закордонних ринках може мати такі прояви:

- 1) експорт продукції;
- 2) створення представництва (філії, відділення) та території іноземної держави;
- 3) прямі інвестиції (акціонерний капітал) як джерело фінансування підприємств на закордонних ринках.

Географічну структуру зовнішньої торгівлі України товарами та послугами подано в табл. 1.

Таблиця 1

Географічна структура зовнішньої торгівлі України [10]

Регіон	2009 р.		2010 р.		2011 р.		2012 р.		2013 р.	
	тис. дол. США	%	тис. дол. США	%	тис. дол. США	%	тис. дол. США	%	тис. дол. США	%
Експорт товарів										
Країни СНД	13473894,8	33,94	18744497,2	36,45	26176967,0	38,27	25302631,2	36,77	22063598,8	34,85
Європа	10269594,2	25,87	13839371,1	26,91	18442430,4	26,96	17423972,2	25,32	17064373,9	26,95
Азія	12131818,3	30,56	13722129,3	26,68	17737827,7	25,93	17676848,4	25,69	16813012,0	26,56
Африка	2628600,7	6,62	3018692,1	5,87	3344214,7	4,89	5638236,7	8,19	5099527,6	8,05
Америка	1124437,0	2,83	2004956,9	3,90	2552333,5	3,73	2607330,3	3,79	2163639,5	3,42
Австралія і Океанія	21607,2	0,05	28398,3	0,06	29780,2	0,04	50915,1	0,07	40050,9	0,06
Інші	52931,1	0,13	72476,7	0,14	110642,2	0,16	109876,7	0,16	67819,4	0,11
Разом	39702883,3	100	51430521,6	100	68394195,7	100	68809810,6	100	63312022,1	100
Експорт послуг										
Країни СНД	3808748,8	40,00	5609587,0	47,70	6243021,2	45,26	6011309,8	44,44	5985475,5	41,25
Європа	2906184,0	30,52	3298465,3	28,05	4103748,8	29,75	3978580,4	29,41	4810160,9	33,15
Азія	1154540,3	12,13	1072169,2	9,12	1187438,4	8,61	1326006,9	9,80	1439925,9	9,92

Регіон	2009 р.		2010 р.		2011 р.		2012 р.		2013 р.	
	тис. дол. США	%	тис. дол. США	%	тис. дол. США	%	тис. дол. США	%	тис. дол. США	%
Африка	163853,0	1,72	152931,5	1,30	166457,0	1,21	182583,0	1,35	163334,7	1,13
Америка	1096132,2	11,51	1235734,2	10,51	1483506,5	10,76	1510101,8	11,16	1736894,8	11,97
Австралія і Океанія	31321,6	0,33	40813,5	0,35	136194,9	0,99	233148,2	1,72	79102,3	0,55
Інші (невизначені країни)	359977,4	3,78	349705,1	2,97	471850,7	3,42	285845,8	2,11	294164,3	2,03
Разом	9520757,3	100	11759405,7	100	13792217,6	100	13527575,8	100	14509186,1	100

Джерело: сформував автор на основі даних Державної служби статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Відповідно до наведеної географічної структури зовнішньої торгівлі України товарами та послугами можемо зробити висновок, що підприємства зосередили свою діяльність із торгівлі товарами, крім ринку країни-походження, здебільшого ще на трьох географічних ринках – Європи, Азії та країн СНД, що зумовлено передусім географічною близькістю цих ринків до України. Щодо експорту Україною послуг, то лідерами є країни СНД та Європа, а третє місце фактично розділяють два регіони – Азія та Америка. Тобто підприємства, зайняті у сфері послуг, активніше освоюють закордонні ринки, що дає їм змогу входити у світовий економічний простір із одночасним веденням діяльності на ширшому географічному сегменті.

Динаміку експорту з України товарів та послуг у 2009–2013 рр. подано на рис. 1.

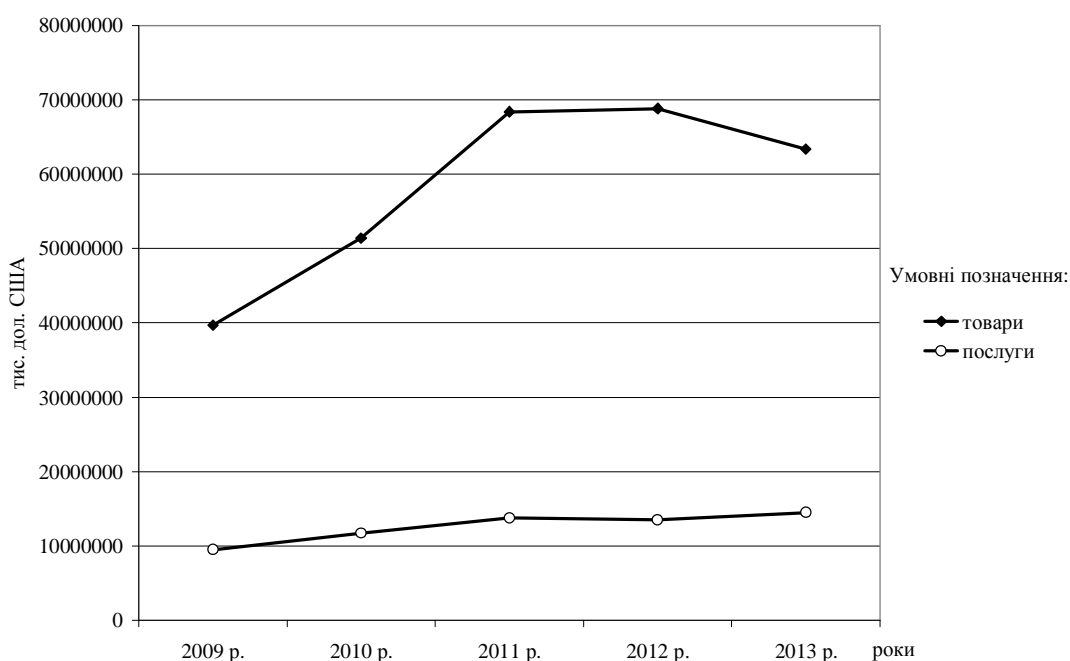


Рис. 1. Динаміка експорту з України товарів та послуг за 2009–2013 рр. [10]

Джерело: сформував автор на основі даних Державної служби статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Аналізуючи динаміку експорту з України товарів і послуг, бачимо, що експорт товарів у 2013 р. порівняно з 2012 р. зменшився на 8 % (5497788 тис. дол. США), хоча впродовж 2009–2012 рр. він

зростає. Це спричинено насамперед складною економічною та політичною ситуацією в Україні у 2013 р., що істотно впливала на результати діяльності усіх суб'єктів господарювання, зокрема тих, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю.

У цей період експорт України послуг зростає поступово (крім 2012 р., коли відбулося зменшення експорту послуг на 242641,8 тис. дол. США), проте ланцюгові темпи приросту не мали стабільного значення: у 2010 р. – 23,5 %, у 2011 р. – 17,3 %, у 2012 р. – -1,9 %, у 2013 р. – 7,3 %. Така динаміка свідчить про прагнення підприємств поширювати свою діяльність за межі території України, на нові географічні ринки.

За даними досліджень ДП «Держзовнішінформ», виконаними на замовлення Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (<http://www.ukrexport.gov.ua>, <http://www.ukrdzi.com/>) [11], систематизуємо інформацію про діючі представництва українських компаній за кордоном (останні дані – за станом на 14.10.2012 р.) (табл. 2).

Таблиця 2

Представництва українських компаній за кордоном [11]

Країна, у якій розміщені представництва українських компаній	Кількість українських компаній, що мають представництва	Перелік основних компаній, що мають представництва за кордоном
Сенегал	1	ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг»
Латвія	3	ПАТ «Авіакомпанія «Аеросвіт», ТЗОВ СП «РосанПак», ПрАТ «АВК»
Велика Британія	3	ПрАТ «Авіакомпанія «Міжнародні Авіалінії України», ПАТ «Державний експортно-імпорتنний банк України», ПАТ «Руслан Інтернешнл» (АНТК ім. О.К. Антонова)
Республіка Польща	6	ПАТ «Авіакомпанія «Аеросвіт», ПАТ «Оболонь», ТЗОВ «Індустріальний Союз Донбасу», Державна адміністрація залізничного транспорту України, ТЗОВ Nemiroff, ПАТ «Укртрансфаста»
Республіка Сербія	3	Українське Дунайське Пароплавство, ПАТ «Авіакомпанія «Аеросвіт», ТЗОВ «Метінвест холдинг»
ОАЕ	6	ПАТ НАК «Нафтогаз України», ПАТ «Мотор Січ», ПАТ «Інтерпайп», ТЗОВ «Метінвест холдинг», Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ», Торгово-промислова палата
Республіка Казахстан	13	ПАТ «Фармак», ПАТ «Український Інститут з проектування нафтопереробних та нафтохімічних підприємств «Укрнафтохімпроект», ПАТ «Черкассгражданпроект», ПАТ «Запорожтрансформатор»,
		Корпорація виробничих та комерційних підприємств «Союз», Корпорація «Артеріум», ТЗОВ «Високовольтний Союз-Україна», ПАТ КБ «Форум», ТЗОВ «Омікрон ЛТД», ЗАТ «Северодонецький оргхім», ПАТ «Червона зірка», ПАТ «Інтерпайп», ПАТ «Автомобільна Компанія «Богдан Моторс»
КНР	7	ПАТ «Ферекспо», ТЗОВ «КЛОВ» (мережа «ФУРШЕТ»), Black Sea Shipping Service Ltd., Українсько-китайська комерційна палата, Корпорація «Алеф», ТД «Вассма», ПрАТ «ТД «Гідросила»
США	4	ПАТ «Авіакомпанія «Аеросвіт», ПАТ «Державний експортно-імпорتنний банк України», ПрАТ «Авіакомпанія «Міжнародні Авіалінії України», КМ Core
Російська Федерація	121	Детальну інформацію див. http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/predstavnictva_ukr_com_za_kordonom/ukr/608.html

Джерело: сформував автор на основі даних Міністерства економічного розвитку і торгівлі України щодо підтримки українського експорту <http://www.ukrexport.gov.ua>

Як бачимо, представництва українських підприємств є лише у п'яти географічних регіонах: 1 – у Африці, 4 – в Америці, 13 – в Азії, 15 – у Європі, 134 – у країнах СНД. Причому більшість представництв і країни, в які Україна експортує товари та послуги, розмішені в однакових географічних регіонах. Це пояснюється ментальною та культурною спорідненістю України та країн СНД, адже до них скеровується 34,85 % експорту товарів, 41,25 % експорту послуг (станом на 31.12.2013 р.) і відповідно створено 134 представництва українських підприємств (на 14.10.2012 р.). Проте в Україні є реальні перспективи розширення зовнішньої торгівлі, що має стати стимулом для ведення діяльності українських підприємств на закордонних ринках.

Прямі інвестиції як джерело фінансування діяльності підприємств за кордоном є ще одним із напрямів діяльності українських підприємств на закордонних ринках. Зведену інформацію про обсяг прямих інвестицій з України подано на рис. 2.

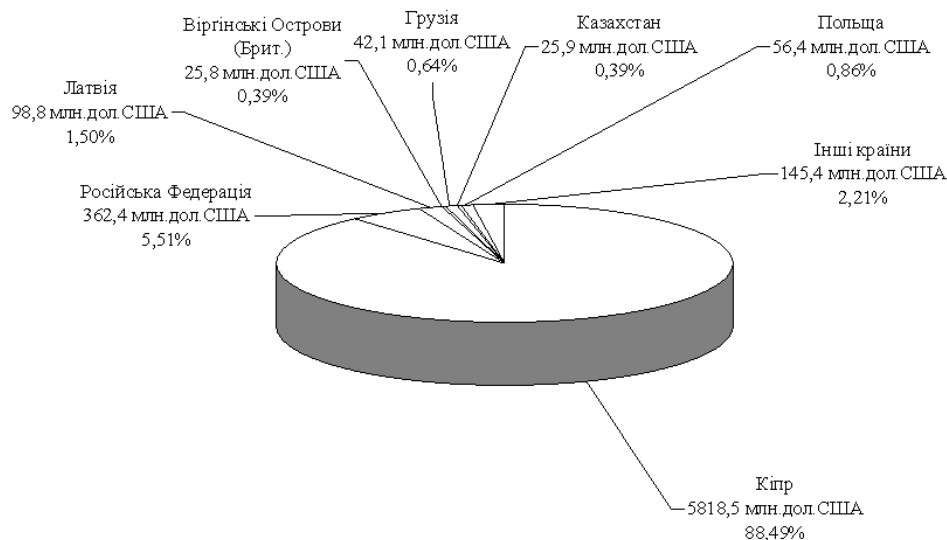


Рис. 2. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) з України в економіку країн світу (на 31.12.2013 р.) [10]

Джерело: сформував автор на основі даних Державної служби статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Поступове зростання обсягу прямих інвестицій з України в економіку зарубіжних країн є свідченням зацікавленості українського інвестора у розвитку закордонної співпраці. 88,49 % усіх прямих інвестицій з України спрямовані на Кіпр, що, передусім, підтверджує намагання українських підприємств приховати свої реальні доходи через офшорні компанії на Кіпрі.

Проте розвиток міжнародної співпраці не лише через експорт та відкриття представництв українських підприємств, але й через безпосередню участь у акціонерному капіталі закордонних підприємств є підтвердженням того, що економіка України є ринковою і готова до розвитку підприємницької діяльності українських підприємств за межами країни базування, тобто до ведення діяльності на закордонних ринках.

Розширення сфери діяльності підприємства за межі вітчизняного ринку безпосередньо визначається його спроможністю до інтернаціоналізації.

Оскільки йдеться про вхід на закордонні ринки, розглянемо, як трактують категорію «інтернаціоналізація» зарубіжні вчені (табл. 3).

Інтернаціоналізація – це історико-еволюційна підготовка глобалізації [9, с. 18–20]. Під інтернаціоналізацією Ю. А. Чернецький розуміє «...процес збільшення масштабів міжнародних відносин і зростання їхньої ролі в поточному стані економіки та вирішення проблем розвитку окремих країн, регіонів і світу в цілому» [13, с. 29]. Водночас О. Ю. Гохберх стверджує, що «інтернаціоналізація – це тенденція інтенсивного розвитку зовнішніх зв'язків і взаємодій» [3, с. 36]. Л. К. Безчасний пропонує таке визначення категорії: «Інтернаціоналізація – це процес еволюції

міжнародних економічних зв'язків на базі міжнародного поділу праці, що проявляється у розвитку міжнародної торгівлі та формуванні міжнародної власності, як основи переходу до вищого рівня економічної взаємодії держав» [1, с. 7–9].

Таблиця 3

Сутність категорії «інтернаціоналізація» у трактуванні зарубіжних науковців

Автори	Трактування поняття «інтернаціоналізація»
J. Bell, D. Crick, S. Young [17]	Інтернаціоналізація – це процес розширення діяльності на міжнародні ринки.
J. Johanson, J.-E. Vahlne [21]	Інтернаціоналізація – це процес поступового збільшення міжнародної діяльності підприємства.
L. Welch, R. Luostarinen [26]	Інтернаціоналізація – це процес активної участі і нарощення обсягу міжнародних операцій за кордоном.
P.W. Beamish [16]	Інтернаціоналізація – це процес, при якому фірми підвищують свою обізнаність про прямі і непрямі впливи міжнародних угод на їхнє майбутнє, а також здійснюють операції з іншими країнами.
O. Andersen [14]	Інтернаціоналізація – це процес адаптації товарообмінних операцій на міжнародних ринках.
M. P. Cantu [18]	Інтернаціоналізація – це стратегія, за допомогою якої підприємства реагують на глобалізацію
F. Lemos, J. Johanson, J. Vahlne [22]	Інтернаціоналізація – це процес внутрішньої адаптації підприємства до умов господарювання на міжнародних ринках.
C. Maclean [23]	Інтернаціоналізація – це процес ідентифікації та входу на міжнародні ринки.
T. K. N. Pham [24]	Інтернаціоналізація – це процес здійснення підприємством міжнародних операцій.
A. Barretto, A. Rocha [15]	Інтернаціоналізація – це процес, при якому підприємство здійснює діяльність в інших країнах, крім внутрішнього ринку.
C. W. L. Hill [20]	Інтернаціоналізація – це процес продажу продукції та товарів у регіонах за межами внутрішнього ринку, де фірма шукає нові можливості.
Investopedia [4]	Інтернаціоналізація – процес розроблення продукції таким чином, щоб вона задовольняла потреби користувачів в багатьох країнах або могла бути легко адаптованою для цього.
Wikipedia [5]	Інтернаціоналізація – процес розширення діяльності підприємства на міжнародні ринки.

Джерело: систематизував автор

Такі трактування категорії «інтернаціоналізація» є не зовсім коректними, адже тоді вони повністю збігаються із сутністю та внутрішнім змістом поняття «глобалізація» у одному з її проявів. Поняття «глобалізація» та «інтернаціоналізація» можуть вживатися як синоніми тільки у випадку, якщо йдеться про відносини між країнами, для яких характерне зростання міжнародного обміну і взаємозалежності. Проте сама категорія «глобалізація» є значно ширшою, адже вона, крім вищенаведеного значення, означає також : 1) зняття державних обмежень і створення «відкритої економіки»; 2) універсалізацію за рахунок поширення різних об'єктів і досвіду; 3) «стирнання» територіальних меж та ринків тощо [8, с. 130].

На думку О. В. Ткача та І. В. Крапивного, інтернаціоналізація передбачає «вихід чогось суто внутрішнього за первинні межі або об'єднання дій декількох суб'єктів світової економіки й політики довкола загальних для них завдань, цілей, видів діяльності» [8, с. 130; 12, с. 66].

Тобто інтернаціоналізація передбачає вхід національного продукту на закордонні ринки, а глобалізація – об'єднання національних ринків у світовий через вхід національних продуктів на різні закордонні ринки, зняття національних обмежень, універсалізацію економіки, об'єднання територіальних ринків у єдиний світовий простір. Тобто інтернаціоналізація є першопричиною глобалізації [6, с. 58].

О. В. Ткач стверджує, що «під глобалізацією розуміється процес інтернаціоналізації виробництва й капіталу, що підкріплюється зрілими інституційними відносинами й відповідними інформаційними технологіями. Отже, глобалізація – це чергова, наступна, більш розвинена стадія розвитку процесу інтернаціоналізації» [12, с. 66].

Узагальнюючи наявні визначення категорії «інтернаціоналізація», відповідно вважаємо за доцільне у подальших дослідженнях під категорією «інтернаціоналізація» розуміти «розширення та/або перенесення діяльності підприємства за межі ринку країни базування (національного) на закордонні ринки з врахуванням і адаптацією діяльності до умов господарювання на цих ринках». Таке трактування категорії «інтернаціоналізація» враховує: 1) підходи зарубіжних науковців, які, передусім, закладають у його сутність процеси ведення підприємницької діяльності на закордонних ринках; 2) необхідність пристосування до умов ведення бізнесу на закордонних ринках із урахуванням їхніх особливостей.

Висновки. В умовах глобалізації економіки, тобто зростання взаємозв'язків між національними економіками різних країн в межах усього світу, розуміння процесів інтернаціоналізації є запорукою ефективного ведення підприємницької діяльності на закордонних ринках [7]. Адже в межах реалізації стратегій інтернаціоналізації здійснюється вихід підприємств на закордонні ринки, що передбачає вибір між концентрацією і диверсифікацією видів діяльності ланцюга вартості, а також способами їхньої координації в різних країнах світу з метою досягнення локальних, регіональних чи глобальних конкурентних переваг. Для України наявні перспективи розширення та/або перенесення діяльності українських підприємств на закордонні ринки, що підтверджують результати дослідження статистичної інформації щодо географічної структури зовнішньої торгівлі України товарами і послугами, географічного розташування представництв українських підприємств за кордоном та прямих інвестицій з України в економіку зарубіжних країн.

У подальших дослідженнях доцільно зосередити увагу на формуванні стратегій інтернаціоналізації для українських підприємств, які б являли собою сукупність дій та заходів щодо діяльності підприємства на закордонних ринках та забезпечення відповідного рівня ефективності їхньої діяльності на цих ринках зокрема і загалом.

1. Безчасний Л. К. Тенденції на світовому ринку капіталів та їх вплив на інвестиційну діяльність в Україні / Л. К. Безчасний, С. Онишко // *Економіка України*. – 2001. – № 3. – С. 4–12. 2. Гонта О. І. Теоретичні підходи до регіоналізму в умовах глобалізації / О. І. Гонта // *Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: сб. научн. трудов*. – 2007. – Ч. 1. – С. 154–160. 3. Гохберх О. Ю. Інтернаціоналізація рекламної індустрії України: теоретичні основи дослідження, тенденції та проблеми / О. Ю. Гохберх // *Культура народів Причорномор'я. Проблеми матеріальної культури*. – *Економічні науки*. – 2011. – № 216. – С. 35–39. 4. Електронна енциклопедія «Investopedia» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.investopedia.com/terms/i/internationalization.asp>. 5. Електронна енциклопедія «Wikipedia» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://en.wikipedia.org/wiki/Internationalization>. 6. Ільчук П. Г. Узагальнення та класифікація теорій інтернаціоналізації підприємств / П. Г. Ільчук // *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля «Економіка. Менеджмент. Підприємництво»*. – 2013. – № 25(II). – С. 56–69. 7. Ільчук П. Г. Стратегии конфигурации и координации видов деятельности в цепочках стоимости / П. Г. Ільчук, И. С. Блазун // *Российский академический журнал*. – 2013. – № 3. Том 5. – С. 19–25. 8. Крапивний І. В. Глобалізація: сутність, чинники та етапи розвитку / І. В. Крапивний // *Вісник СумДУ. Серія Економіка*. – 2008. – № 1. – С. 129–137. 9. Макуха С. М. Україна в міжнародних економічних відносинах в умовах глобалізації / С. М. Макуха. – Харків: Легас, 2003. – 352 с. 10. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 11. Офіційний сайт Підтримки українського експорту Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrexport.gov.ua>. 12. Ткач О. В. Методологічний зміст понять інтернаціоналізація,

інтеграція й глобалізація в сучасній науці / О. В. Ткач // Економічний аналіз. – 2009. – Вип. № 4. – С. 65–68. 14. Чернецкий Ю. А. Интернационализация социосферы и современная глобализация общественной жизни: проблема соотношения понятий и процессов / Ю. А. Чернецкий // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – 2008. – Вип. 14. – С. 28–32. 15. Andersen O. On the internationalization process of firms: A critical analysis / O. Andersen // Journal of International Business Studies. – 1993. – Vol. 24, no. 2. – P. 209–231. 16. Barretto A. A. expansão das fronteiras: brasileiros no exterior. In Rocha A. (org) As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras / Barretto A. – Rio de Janeiro: Mauad, 2003. 17. Beamish P. W. The internationalization process of smaller Ontario firms / P. W. Beamish. – A research agenda, in Rugman A.M. (ed.). Research in global strategic management. – Greenwich: JAI Press, 1990. – P. 77–92. 18. Bell J. Small Firm Internationalization and Business Strategy / J. Bell, D. Crick, S. Young // International Small Business Journal. – 2004. – 22(1). – P. 23–56. 19. Cantu M. P. Three Effective Strategies of Internationalization in American Universities [Електронний ресурс] / M. P. Cantu // Journal of International Education and Leadership. – 2013. – Volume 3 Issue 3. – Режим доступу: <http://www.jielusa.org/wp-content/uploads/2012/01/Three-Effective-Strategies-of-Internationalization-in-American-Universities.pdf>. 20. Epstein E. H. Globalization of Education / E. H. Epstein // Encyclopedia of Education / Editor in Chief J. W. Guthrie. – 2nd ed. – New York etc.: Macmillan Reference USA, 2003. – Vol. 3. – P. 936–940. 21. Hill C. W. L. International business: competing in the global marketplace / C. W. L. Hill. – 3-rd ed. – Boston: Irwin/McGraw Hill, 2000. 22. Johanson J. The mechanism of foreign market entry / J. Johanson, J.-E. Vahlne // Scandinavian International Business Review. – 1992. – Vol. 1 No. 3. – P. 9–27. 23. Lemos F. Risk management in the internationalization process of the firm: A note on the Uppsala model / F. Lemos, J. Johanson, J. Vahlne // Journal of World Business. – 2011. – Vol. 46. – P. 143–153. 24. Maclean C. Internationalisation [Електронний ресурс] / C. Maclean. – Режим доступу: <http://www.cedsvg.com/LinkClick.aspx?fileticket=xVRGM5gUliM%3D&tabid=169&mid=568>. 25. Pham T. K. N. Strategies for Internationalization: A Comparative Study of Thai and Vietnamese Companies in Two Industries [Thesis] / T. K. N. Pham. – Fribourg: 2008. – 198 p. 26. Siroen J.-M. L'international n'est pas le global: Pour un usage raisonne du concept de globalization / J.-M. Siroen // Rev. d'economie polit. – P., 2004. – A. 114, № 6. – P. 681–698. 27. Welch L. Internationalization: Evolution of a Concept / L. Welch, R. Luostarinen // Journal of general Management. – 1988. – Vol. 14, No. 2. – P. 36–64.