

## ГЛОБАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Стрельник С. О.

**Анотація.** Досліджено сутнісно-змістовний характер глобального підприємництва; з'ясовано парадигмальну основу формування його оновлених ознак і рис. Ідентифіковано структурні елементи цієї категорії з позиції інституціональної парадигми. Розглянуто організаційно-економічні форми у сфері глобального підприємництва, принципи й особливості створення і розвитку нових підприємницьких структур у глобальних умовах. Методологія, яка використовується в цьому дослідженні, дозволила зробити ґрунтовний огляд наукової літератури щодо інтернаціоналізації фірми з 1990-х років до теперішнього часу. Стаття підсумовується висновком щодо подальших досліджень.

**Ключові слова:** глобальне підприємництво, народжені глобальними, миттєві експортери, глобальні стартапи, модель Уппсала, теорія інтернаціоналізації.

## ГЛОБАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ И СУЩНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Стрельник С. А.

**Аннотация.** Исследован существенно-содержательный характер глобального предпринимательства; выяснена парадигмальная основа формирования его обновленных признаков и черт. Идентифицированы структурные элементы данной категории с позиции институциональной парадигмы. Рассмотрены организационно-экономические формы в сфере глобального предпринимательства, принципы и особенности создания и развития новых предпринимательских структур в глобальных условиях. Методология, используемая в данном исследовании, позволила сделать основательный обзор научной литературы по интернационализации фирмы с 1990-х годов до настоящего времени. Статья заканчивается выводом относительно дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** глобальное предпринимательство, рожденные глобальными, мгновенные экспортеры, глобальные стартапы, модель Уппсала, теория интернационализации.

## GLOBAL ENTREPRENEURSHIP: EVOLUTION OF THE CONCEPT AND ITS ESSENTIAL CHARACTERISTICS

S. Strelnyk

**Abstract.** The essence and content nature of global entrepreneurship is studied; the paradigm basis of the formation of its renewed signs and characteristics is revealed. The structural elements of this category from the position of the institutional paradigm are identified. The organizational and economic forms of global entrepreneurship, principles of creation and formation of new firms under global conditions of development are considered. The methodology used in the study provided for a profound review of academic literature on the issue of firm internationalization with reference to papers published in the period from the 1990s to the present. The article concludes by identifying opportunities for future research.

**Keywords:** global entrepreneurship, born globals, instant exporters, global start-ups, Uppsala model, internalization theory.

**Постановка проблеми.** Процес становлення та розвитку глобального підприємництва є відносно новим явищем у світовій економіці, недостатньо дослідженим у теоретичному та методологічному сенсі. Актуальним є питання наукової ідентифікації сутності цього поняття, визначення її генезису, еволюції та сучасного трактування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасних країнах постіндустріальної моделі зростає сегмент структури економіки підприємств малого та середнього бізнесу, діяльність яких набуває транснаціонального характеру, що наукою кваліфікується як глобальне підприємство. Це спонукає все більше і більше науковців аналізувати, досліджувати, характеризувати це явище.



Виявлено, що основні публікації по даній проблемі представлені науковцями західних країн, що є цілком обґрунтованим, оскільки глобальне підприємництво найбільш розвинене в тих регіонах. Історичні передумови виникнення та становлення глобального підприємництва висвітлені в наукових працях Ренні М., Мадсен Т. та Сервейс П., Макаулі А. та ін. Особливості цього феномена в різних галузях і групах країн були детально розглянуті Андерсон С. та Вітор І. Зокрема, вони стверджують, що країни з відносно малим національним ринком мають навіть більшу схильність до глобального підприємництва, ніж великі країни. Погляди на фактори, що стимулюють розвиток підприємництва в глобальному масштабі, знайшли місце у працях Кнайт Г. та Кавустіл С. Автори наголошують на особливій ролі нішевого ринку та попиту на вузькоспеціалізовані товари. Питання скорочення життєвого циклу продукту, збільшення важливості глобальних мереж і зростання можливостей для підприємців розглянуті у працях Макдугалл Р. та Овіат В. Дослідженню ресурсного потенціалу глобальних підприємств присвячені наукові праці Лампкін Дж., Десс Г. та Захра С. Регіональні особливості підприємництва досліджували Акс С., Армінгтон С., Дельгадо М., Глайсер Е.

У працях названих авторів досліджуються переважно базові категорії зазначеної наукової проблематики, розширюється класифікація ресурсів, удосконалюються методичні основи оцінювання діяльності глобального підприємства. У той же час динамічний розвиток підприємництва в глобальному масштабі випереджує осмислення як самої природи та сутності цього явища, так і його термінологічне визначення. Це зумовлює потребу в комплексному дослідженні цього процесу, ідентифікації його сучасного змісту та структурних елементів категорії глобального підприємництва з позиції інституціональної парадигми.

**Мета статті.** Метою дослідження цієї статті є поглиблене з'ясування сутнісно-змістовного характеру глобального підприємництва та з'ясування парадигмальної основи формування його нових ознак і рис.

**Основні результати дослідження.** Глобальне підприємництво є феноменом кінця ХХ – почату ХХІ ст. Традиційний погляд на транснаціональні корпорації як провідну міжнародну форму ведення бізнесу змінюється. Сьогодні в системі міжнародної торгівлі лідирують глобальні підприємства, які стрімко розвиваються по всьому світі. Вони ведуть свою діяльність у інтенсивному глобальному середовищі та мало уваги приділяють домашньому ринку.

У вітчизняній економічній науці пропонують різні визначення поняття «підприємництва». На думку Варналія З., «підприємництво як економічна категорія – це особливий тип господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі і власній відповідальності, організує і керує виробництвом з метою одержання підприємницького доходу» [1].

У ст. 1 Закону України «Про підприємництво» підприємництво визначається як безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами [2].

Кісельов А. стверджує, що «підприємництво – динамічний, активний елемент бізнесу, який являє собою ініціативну, самостійну діяльність, здійснювану на свій ризик і під свою майнову відповідальність громадянами, об'єднаннями громадян по виробництву продукції, виконанню робіт і наданню послуг з метою одержання прибутку» [3].

Згідно з Економічною енциклопедією «підприємництво – самостійне організаційно-господарське новаторство на основі використання можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту тощо з метою отримання прибутків і реалізації власної мети» [4].

Науковцями західних країн підприємництво розглядається як особливий тип господарювання, в основі якого – пошук нових можливостей виробництва товарів і послуг на основі інновацій та уміння залучення ресурсів із найрізноманітніших джерел. Широко використовуються також визначення, які підкреслюють роль індивідуума в підприємницькому процесі. «Підприємництво – це будь-яка спроба створення нового бізнесу або компанії (індивідуальна трудова діяльність, нова комерційна організація, розширення вже існуючого бізнесу), розпочата окремою особою, групою осіб або раніше існуючими компаніями» [5]. У цьому зв'язку слід відзначити підхід до трактування цієї категорії, що зазначається у Глобальному моніторингу підприємництва [6]. На відміну від інших досліджень, де головним фактором є реєстрація (нових) компаній, тут увага приділяється підприємницькій поведінці індивідуумів, які керують бізнесом.

Сьогодні умови для багатьох компаній, особливо нових стартапів, змінилися. Відсутність досвіду, обмеження фінансових, людських і матеріальних ресурсів, більше не є основною проблемою на шляху до глобального успіху підприємства. Компанії, які мають позитивні характеристики зростання та можливості для розвитку, можуть рано інтернаціоналізуватися і досягти успіху на міжнародних ринках. Менеджери таких компаній починають із глобального бачення, розробляючи стратегію на організаційно-культурному рівні, яка приводить до швидкої інтернаціоналізації та успіху на міжнародних ринках. Підприємства швидко набувають істотних фундаментальних основ міжнародного досвіду та знань, на оволодіння якими традиційні багатонаціональні корпорації витрачають значно більше часу. У цьому векторі глобальні підприємства являють собою новий виклик традиційним поглядам на інтернаціоналізацію фірми.



Протягом багатьох років для компаній традиційним спочатку було опанування національного ринку [7], а потім – поступова інтернаціоналізація та вихід на культурно близькі ринки. Такий хід розвитку традиційно пояснювався за допомогою моделі Уппсала (Uppsala). Еволюційна (покрокова, стадійна) модель інтернаціоналізації була розроблена у 1960-х роках у шведському університеті Уппсала, потім була розвинена та підтверджена емпірично [8]. Побудова міжнародного бізнесу була покроковим процесом. Багато компаній починали з прямого експортування, потім поступово встановлювали нові ринки через агентів (дистриб'юторів). Це приводило спочатку до створення дочірніх компаній, а пізніше – до розвитку виробничих потужностей у цій країні [9]. Уппсальська модель досить широко використовувалась для пояснення міжнародного розвитку та зростання компанії. Проте такі нововведення, як Інтернет та зниження митного контролю, дозволили малим компаніям виходити на іноземні ринки та вести бізнес по всьому світі. Модель Уппсала все ще може використовуватись для розвитку багатьох компаній, проте не може пояснити, чому підприємства, що працюють у певній ринковій ніші, стрімко розвиваються по власній схемі.

Друга стадійна модель – це інноваційна модель інтернаціоналізації підприємств (І-М) [10; 11]. У цій моделі інтернаціоналізація розглядається як інновація, що полягає у виході на новий іноземний ринок. Підприємство поетапно підвищує рівень інтернаціоналізації, долаючи опір менеджменту та працівників перед інноваціями.

Іншим шляхом для вивчення компаній, особливо швидко зростаючих підприємств, є крива життєвого циклу відповідно до моделі Смолбон Д. та Ваер П. [12]. Для деяких підприємств зростання є дуже важливим, оскільки вони працюють у певній ніші на маленькому внутрішньому ринку. Ця модель ділового життєвого циклу має п'ять стадій: старт, розвиток, зростання, зрілість, зниження.

Хаші Н. та Алмор Т. [13] запропонували іншу модель зростання підприємств, яка включає три стадії: експорт через агентів, вихід на фізично близькі зовнішні ринки; створення дочірніх підприємств; злиття та поглинання, виробництво, НДДКР, продовження діяльності на фізично близьких ринках та вихід на фізично віддалені ринки.

Габріельсон М. [14] розробив схожу трифазну модель, що складається з таких стадій:

1. Вступна стадія – на цьому етапі велику роль відіграє засновник і команда, активно розробляється стратегія, ідентифікуються можливості та загрози. Нормальним вважається перебування на цій стадії 3 роки.

2. Стадія зростання та накопичення ресурсів – глобальні підприємства активно використовують партнерські та мережеві зв'язки, нестача ресурсів компенсується позицією у відповідній мережі (формальній чи неформальній). Головне питання на цьому етапі: «Як довго підприємство має залишатись у мережі, яка переломна стратегія (break out strategy) призведе до незалежного зростання?». Перебування на цій стадії – 3–5 років.

3. Переломна стадія – на цій стадії глобальне підприємство має планувати своє позиціонування на глобальному ринку самостійно, дотримуватись глобальної візії та зобов'язань. Розвиток відбувається відповідно до стратегії, розробленої на другому етапі, з урахуванням досвіду роботи з глобальними клієнтами. Можливе залучення додаткових ресурсів.

Таким чином, було виявлено, що глобальна конкуренція та швидкий технологічний розвиток підприємства впливає на прискорення процесу інтернаціоналізації. Сьогодні підвищення рівня глобалізації в багатьох галузях зменшує ризик виходу на зовнішні ринки та частково пояснює збільшення швидкості інтернаціоналізації. Якщо раніше інтернаціоналізація для багатьох компаній була звичним шляхом розвитку підприємства, то поступово дослідження показали, що деякі компанії не дотримувалися схеми, запропонованої моделлю Уппсала. Такі компанії отримали назву глобальних підприємств.

Дослідження, присвячені феномену глобального підприємництва, зводяться до вивчення трьох основних компонентів: ставлення до підприємництва, підприємницька активність і підприємницьке покликання. У цьому контексті важливо розуміти, що підприємництво – це процес, що охоплює всі стадії життєвого циклу: від ідеї створення компанії (потенційні підприємці) до організації підприємства (народжені підприємці); від компаній, які функціонують на ринку (власники створеного бізнесу), до стабільного бізнесу (зрілі підприємці) і, можливо, виходу з бізнесу [15].

Формалізується глобальне підприємництво у діяльності малих і середніх підприємств, які зорієнтовані на глобальний ринок. За визначенням Єврокомісії малі та середні підприємства (SME) – це компанії від 10 працівників (річний оборот до 2 млн євро) до 250 працівників (річний оборот до 50 млн євро). Багато з цих компаній ведуть свою діяльність за кордоном: у певних регіонах або охоплюють увесь світовий ринок. У цьому зв'язку виникає цілком логічне запитання, чи можна вважати ці підприємства глобальними? Більшість дослідників сходяться на думці, що ключовим фактором є бажання менеджменту підприємства виходити на ринки інших країн відразу після створення компанії.

Із розвитком нових технологій невеликі підприємства з нішевими продуктами мають все більше можливостей для виходу на глобальний ринок. Особа підприємця часто відіграє головну роль у таких компаніях. Від

його досвіду та знань буде залежати успіх підприємства. Сьогодні не обов'язково мати найкращі технології, можна виходити на міжнародний рівень навіть з «простим виробництвом», але цікавою концепцією ведення бізнесу. На думку Ренні М., головним критерієм виступає розуміння «світу як єдиного ринку» та те, що компанія «була створена активними підприємцями» [16]. Саме він ввів поняття «глобальне підприємство» і зосередився у своїх дослідженнях на тому, як заснувати та розвинути маленьке підприємство, що зможе задовольняти потреби клієнтів у глобальній ніші. Вперше це поняття ним згадується у звіті Мак-Кінзі (McKinsey) для Австралійської виробничої ради. Аналіз діяльності місцевих компаній показав, що деякі нові підприємства мають успіх на світовому ринку без відповідної бази на внутрішньому ринку. Вперше була ідентифікована група австралійських виробників, які почали експортувати свою продукцію вже через два роки після заснування компанії. У звіті було визначено концепцію компаній «народжених глобальними», яким характерно таке: компанії експортують хоча б 25 % своєї продукції та почали експортувати не пізніше, ніж через два роки після свого створення; менеджмент сприймає увесь світ як єдиний ринок; компанії відносно невеликі, мають менш ніж 500 працівників і оборот до 100 млн дол.; продукти компанії зазвичай мають технічне спрямування та в основному адресовані іншим компаніям; компанії застосовують передові технології, як у виробництві, так і у веденні бізнесу.

Одне з визначень, яке широко використовується у літературі, дав Кнайт Г. [17]: «глобальні підприємства – це компанії, що створені після 1976 року, з іноземними продажами, що становлять 25 % і більше від загального числа продажів; які почали експортну діяльність упродовж трьох років після свого відкриття». Схоже визначення використали Медсен Т. та Серве П. у своєму дослідженні глобальних підприємств [18]. На нашу думку, визначення Кнайта Г. є найбільш всеохоплюючим і найбільш повним. Незважаючи на те, що дослідник дає вичерпне визначення глобальних підприємств, він також зазначає, що ця тема потребує подальших досліджень.

У свою чергу, Кьювалайнен О. [19] підходить до цього питання досить лаконічно: «глобальні підприємства – це фірми, які швидко інтернаціоналізувалися з високою часткою іноземних продажів у загальному обігу». Він також стверджує, що існують різні типи глобальних підприємств: народжені інтернаціональним шляхом (експортують лише на найближчі ринки); народжені глобальним шляхом (експортують по всьому світі).

Границький Дж. [20] використовує концепцію «природжених експортерів». Такі фірми можуть: а) здолати перешкоди та виклики, що виникають за одночасного створення підприємства та з початком експортної діяльності; б) зрозуміти тенденції на міжнародних ринках, національні порівняльні переваги та конкурентні сили у різних сферах; в) розробити та реалізувати міжнародні стратегії, сформувати порівняльні переваги та подолати недоліки.

Белл Дж. [21, с. 173] розглядає поняття «народжені знову глобальними» як доповнення до феномена глобальних підприємств. Це фірми, які були добре влаштовані на внутрішніх ринках і не мали великої мотивації до інтернаціоналізації, але які несподівано були охоплені глобальним ринковим середовищем.

Нами пропонуються три рівні визначення поняття «глобальне підприємництво».

Просте визначення (акцент на глибинній сутності явища, на його ядрі чи основі): глобальне підприємництво – це різновид підприємницької діяльності, що сприяє отриманню економічної вигоди в результаті задоволення потреб споживачів на глобальному ринку.

Розгорнуте визначення (наголошує на сутності явища з урахуванням основних ознак або сторін сутності): глобальне підприємництво – це принципово новий тип господарювання, який обумовлено дією економічних законів капіталізму, що спонукає індивідуума-власника знаходити та використовувати ідеї, втілювати їх у конкретні підприємницькі проекти з метою розробки, впровадження та комерційного використання різного роду інновацій у глобальному масштабі.

Повне визначення (фіксує найважливіші аспекти, які виходять за межі економічної сутності й охоплюють найважливіші ознаки соціальних, політичних, моральних, правових, психологічних та інших проблем, які тісно пов'язані з економічними): глобальне підприємництво – це вид діяльності, спрямований на створення або пошук унікального продукту, технології, послуги, його виробництво та розповсюдження на глобальному ринку з метою отримання прибутку, що супроводжується формуванням відповідних відносин економічного, юридичного, соціального й іншого характеру. Висновки. Резюмуючи вищевикладене, слід зазначити, що складність і динамічність розвитку глобального конкурентного середовища зумовлюють необхідність створення нових форм бізнесу. Однією з таких нових форм стало глобальне підприємництво, що виникло в кінці ХХ – початку ХХІ ст. При дослідженні встановлено, що неоднозначної позиції авторів щодо сутності та форм цієї категорії не існує. У свою чергу, різноманітність підходів до трактування глобальних підприємств ускладнює дослідження зв'язків між глобальними підприємствами та підприємницькими теоріями розвитку. Цей факт відкриває багато перспектив для подальших досліджень.



**Література:** 1. Варналій З. С. *Мале підприємництво: основи теорії і практики*. Київ: Знання, 2003. 303 с. 2. Про підприємства: Закон УРСР від 27.03.1991 № 887-XII // База даних «Законодавство України»/Верховна Рада УРСР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/887-12>. 3. Киселёв А. П. *Теория и практика современного малого бизнеса*. Киев: Либра, 1995. 248 с. 4. Савчук В. С., Кривенко К. Т., Фукс А. Е., Малий І. Й. *Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 1/відп. ред. С. В. Мочерний*. Київ: Академія, 2000. 864 с. 5. Paul D. Reynolds: Entrepreneurship Research Innovator, Coordinator, and Disseminator. *Small Business Economics*. 2005. Vol. 24, Iss. 6. P. 351–358. 6. GEM 2015, Global Entrepreneurship Report. URL: <http://www.gemconsortium.org/report>. 7. Lindmark L., Christensen P., Eskelinen H., Forsström B., Sörensen O. Småföretagens internationalisering – en jämförande studie. *Nord REFO*. 1994. Vol. 7. Denmark. 8. Johanson J., Vahlne J.-E. The Internationalization Process of the Firm – A model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*. 1977. Vol. 8 (Spring / Summer). P. 23–32. 9. Johanson J., Wiedersheim-Paul F. The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases. *The Journal of Management Studies*. 1975. P. 305–322. 10. Cavusgil S. T. On the Internationalization Process of Firms. *European Research*. 1980. Vol. 8 (November). P. 273–281. 11. Bilkey W., Tesar G. The Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms. *Journal of International Business Studies*. 1977. Vol. 3 (Spring / Summer). P. 93–98. 12. Smallbone D., Wyer P. Growth and development in the small business // Enterprise and Small Business: Principles, practice and Policy/S. Carter, D. Jones-Evans. Harlow, Essex: Prentice Hall, 2006. 13. Hashai N., Almor T. Gradually internationalizing 'born global' firms: an oxymoron? *International Business Review*. 2004. Vol. 13, № 4. P. 465–483. 14. Gabrielsson M., Kirpalani V.H.M., Dimitratos P., Solberg A., Zucchella A. Born globals: Propositions to help advance the theory. *International Business Review*. 2008. Vol. 17 (4). P. 385–401. 15. Bosma N., Acs Z., Autio E., Coduras A., Levie J. Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report. US, MA: Babson College, Babson Park, Chile, Santiago, Universidad del Desarrollo, UK, London, London Business School, 2009. 66 p. 16. Rennie M. W. Born Global. *McKinsey Quarterly*. 1993. Vol. 4. P. 45–52. 17. Knight G. A., Cavusgil S. T. Innovation, organization capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*. Vol. 35, № 2. P. 124–141. 18. Madsen T., Servais P. The Internationalization of Born Globals: an Evolutionary Process? *International Business Review*. 1997. Vol. 6. P. 561–583. 19. Kuivalainen O., Sundqvist S., Servais P. Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*. 2007. Vol. 42. P. 253–267. 20. Granitsky J. Strategies for innate and adoptive exporters. *International Marketing Review*. 1989. Vol. 6. P. 50–65. 21. Bell J., McNaughton R., Young S. «Born-Again Global» Firms: An Extension to the «Born Global» Phenomenon. *Journal of International Management*. 2011. № 3. 173–189.

**References:** 1. Varnalii Z. S. *Male pidpriemnytstvo: osnovy teorii i praktyky*. Kyiv: Znannia, 2003. 303 p. 2. Pro pidpriemstva: Zakon URSR vid 27.03.1991 No. 887-XII // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy»/Verkhovna Rada URSR. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/887-12>. 3. Kiselev A. P. *Teoriya i praktika sovremennogo malogo biznesa*. Kiev: Libra, 1995. 248 p. 4. Savchuk V. S., Kryvenko K. T., Fuks A. E., Maliy I. Y. *Ekonomichna entsyklopediia: u 3 t. Vol. 1/vidp. red. S. V. Mocherniy*. Kyiv: Akademiia, 2000. 864 p. 5. Paul D. Reynolds: Entrepreneurship Research Innovator, Coordinator, and Disseminator. *Small Business Economics*. 2005. Vol. 24, Issue 4. P. 351–358. 6. GEM 2015, Global Entrepreneurship Report. URL: <http://www.gemconsortium.org/report>. 7. Lindmark L., Christensen P., Eskelinen H., Forsström B., Sörensen O. Småföretagens internationalisering – en jämförande studie. *Nord REFO*. 1994. Vol. 7. Denmark. 8. Johanson J., Vahlne J.-E. The Internationalization Process of the Firm – A model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*. 1977. Vol. 8 (Spring / Summer). P. 23–32. 9. Johanson J., Wiedersheim-Paul F. The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases. *The Journal of Management Studies*. 1975. P. 305–322. 10. Cavusgil S. T. On the Internationalization Process of Firms. *European Research*. 1980. Vol. 8 (November). P. 273–281. 11. Bilkey W., Tesar G. The Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms. *Journal of International Business Studies*. 1977. Vol. 3 (Spring / Summer). P. 93–98. 12. Smallbone D., Wyer P. Growth and development in the small business // Enterprise and Small Business: Principles, practice and Policy/S. Carter, D. Jones-Evans. Harlow, Essex: Prentice Hall, 2006. 13. Hashai N., Almor T. Gradually internationalizing 'born global' firms: an oxymoron? *International Business Review*. 2004. Vol. 13, No. 4. P. 465–483. 14. Gabrielsson M., Kirpalani V. H. M., Dimitratos P., Solberg A., Zucchella A. Born globals: Propositions to help advance the theory. *International Business Review*. 2008. Vol. 17 (4). P. 385–401. 15. Bosma N., Acs Z., Autio E., Coduras A., Levie J. Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report. US, MA: Babson College, Babson Park, Chile, Santiago, Universidad del Desarrollo, UK, London, London Business School, 2009. 66 p. 16. Rennie M. W. Born Global. *McKinsey Quarterly*. 1993. Vol. 4. P. 45–52. 17. Knight G. A., Cavusgil S. T. Innovation, organization capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*. Vol. 35, No. 2. P. 124–141. 18. Madsen T., Servais P. The Internationalization of Born Globals: an Evolutionary Process? *International Business Review*. 1997. Vol. 6. P. 561–583. 19. Kuivalainen O., Sundqvist S., Servais P. Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*. 2007. Vol. 42. P. 253–267. 20. Granitsky J. Strategies for innate and adoptive exporters. *International Marketing Review*. 1989. Vol. 6. P. 50–65. 21. Bell J., McNaughton R., Young S. «Born-Again Global» Firms: An Extension to the «Born Global» Phenomenon. *Journal of International Management*. 2011. No. 3. 173–189.

### Інформація про автора

Стрельник Світлана Олександрівна – кандидат економічних наук, докторант, доцент кафедри міжнародної економіки, ДВНЗ «КНЕУ імені В. Гетьмана» (просп. Перемоги, 54/1, м. Київ, 03680, Україна; e-mail: [strelnyk@kneu.edu.ua](mailto:strelnyk@kneu.edu.ua)).

## Информация об авторе

Стрельник Светлана Александровна – кандидат экономических наук, докторант, доцент кафедры международной экономики, ГВУЗ «КНЭУ имени В. Гетьмана» (просп. Победы, 54/1, г. Киев, 03680, Украина; e-mail: strelnyk@kneu.edu.ua).

## Information about the author

S. Strelnyk – Ph.D. (Economics), Doctoral Student, Associate Professor of Department of International Economics of V. Hetman Kyiv National Economic University (54/1 Peremohy Ave., Kyiv, 03680, Ukraine; e-mail: strelnyk@kneu.edu.ua).

Стаття надійшла до ред.  
30.08.2016 р.

JEL Classification: G12

УДК 658:338.512

# ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Попов О. Є.  
Волкова М. В.

*Анотація.* Розглянуто передумови й особливості державного регулювання витрат підприємств в умовах реформування національної економіки. Визначено ролі та функції економічних агентів під час здійснення процесу інституціонального проектування системи державного регулювання витрат підприємств. Узагальнено основні напрямки державного регулювання економіки в ринкових умовах. Обґрунтовано доцільність використання системи критеріїв відбору підприємств для застосування заходів і механізмів стимулювання економічного розвитку підприємств на основі надання державної підтримки. Визначено структуру та встановлено особливості інституціонального проектування системи державного регулювання витрат підприємств в умовах реформування національної економіки.

*Ключові слова:* витрати, інституціональне забезпечення, державне регулювання, інституціональне середовище, інститут.

# ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Попов А. Е.  
Волкова М. В.

*Аннотация.* Рассмотрены предпосылки и особенности государственного регулирования затрат предприятий в условиях реформирования национальной экономики. Определены роли и функции экономических агентов в ходе осуществления процесса институционального проектирования системы государственного регулирования затрат предприятий. Обобщены основные направления государственного регулирования экономики в рыночных условиях. Обоснована целесообразность использования системы критериев отбора предприятий для стимулирования их экономического развития на основе оказания государственной поддержки. Определена структура, и установлены особенности институционального проектирования системы государственного регулирования расходов предприятий в условиях реформирования национальной экономики.

*Ключевые слова:* издержки, институциональное обеспечение, государственное регулирование, институциональная среда, институт.