

УДК 339.5

Шкіль Н.Г.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.

## **МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИМІРІВ**

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, техно логічні уклади, ТНК.

Shkil N.G.

## **INTERNATIONAL BUSINESS IN THE CONTEXT OF NATIONAL MEASUREMENT**

The article is devoted to revealing trends and imperatives of international business today. We found that when making international business firms can choose one or several kinds of international business internationalization or methods, which include the following : exports and imports of goods and services, informal strategic alliances , foreign investment

**Keywords:** globalization, economic and business cooperation, internationalization of business competition, technological modes.

Шкіль Н.Г.

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС В КОНТЕКСТЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕРЕНИЙ**

Статья посвящена выявлению тенденций и императивов развития международного бизнеса на современном этапе . Выведено, 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

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Виникнення і розвиток світової системи господарювання означає існування процесів, що тісно переплітаються – виробництво і торгівля товарами та послугами між практично всіма країнами світу. При цьому, природно, виділяються країни і групи країн з більш інтенсивним залученням в світові бізнес-процеси і з менш інтенсивним .

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 і 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 особливої 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 співробітництва. Останнє, у свою чергу, є акумулятивним феноменом, який видозмінюється та трансформується під впливом багатьох факторів [1].

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** 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 наступних 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.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Найважливішим фактором глобалізації став розвиток всесвітніх комунікаційних мереж транспорту та зв'язку. При цьому істотне прискорення фізичного переміщення вантажів з одних точок планети в інші і практично миттєвий обмін інформацією між цими точками роблять світову ділове середовище дійсно єдиним організмом, в якому тісні виробничо-торговельні взаємозв'язки реально спираються на виключно щільну і максимально ефективну мережу комунікацій [2].

Величезне значення в глобалізації ділового життя планети відіграло створення і розвиток світової фінансової інфраструктури із забезпеченням вільного переливу між країнами, регіонами та континентами багатомільярдних потоків капіталу і наданням десятків видів фінансових послуг.

Абсолютно те ж саме можна сказати про глобалізації світової системи використання трудових ресурсів, причому перелив робочої сили з країни в країну в глобальному масштабі знову змусив з особливою увагою ставитися до питань, що входять у сферу порівняльного менеджменту. В епоху глобалізації держави втратили монополію на регулювання ринку робочої сили. Вони конкурують на ньому так само, як і на ринку капіталу [3].

Мабуть, найбільш вражаючою сферою глобалізації стала область вироблення та обміну інформацією на базі сучасних інформаційних технологій. Саме ця сфера є в даний час найбільш потужним чинником - прискорювачем не тільки інтернаціоналізації бізнесу, а й життя на планеті взагалі. У цьому зв'язку можна було б відзначити і такі найважливіші сфери інтернаціоналізації, як система освіти, галузі соціального та політичної взаємодії.

У певному сенсі процесу глобалізації протистоїть регіоналізація - створення замкнутих регіональних угруповань. Тут, з одного боку, обмежуються контакти з партнерами з інших регіонів, але, з іншого боку, йде інтенсивний розвиток і створюється модель багатонаціонального взаємодії. Якби фактори не враховувалися в аналізі процесів глобалізації та регіоналізації, представляється виключно важливим мати достатньо об'єктивні, збалансовані і зважені уявлення про позитивних і негативних наслідках інтернаціоналізації бізнесу. Зокрема саме події останнього часу показали, що висока ділова і особливо фінансова взаємозалежність країн створюють дуже тендітну світову структуру, в якій навіть відносно не дуже потужні, «негативні сигнали» в одній з її частин (біржі, банки, корпоративні альянси і т.д.) можуть вкрай болісно позначитися на інших частинах [4].

В умовах глобалізації основним мотивом ведення міжнародного бізнесу стає висока (глобальна) конкуренція між корпораціями. МНК стають гнучкими, вони не можуть собі дозволити ігнорувати жоден з помітних регіональних ринків, тому що невідомо які ринки можуть стати вирішальними у світовій гонці.

При цьому особливе значення набуває коректне визначення факторів, які впливають на бізнес-середовище (рис.1).

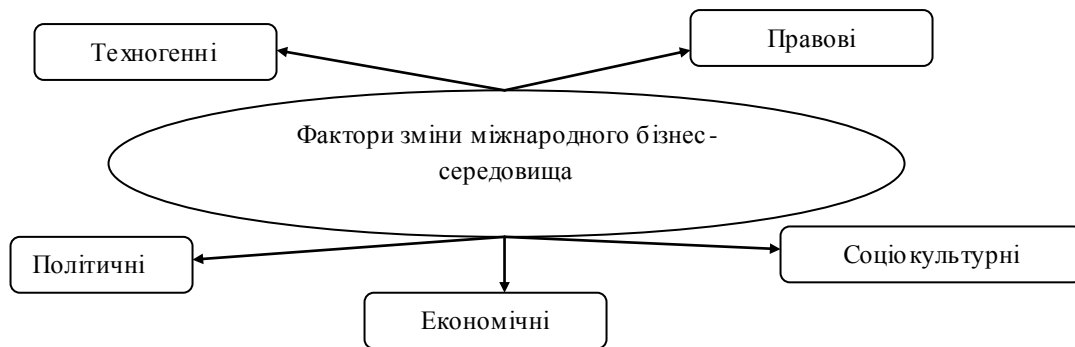


Рис. 1 Фактори зміни середовища для міжнародного бізнесу

Згідно з дослідженнями G. Johnsona і K. Scholesa існують п'ять груп ключових факторів, що лежать в основі змін, що відбуваються. Серед них виділяють - політичні, правові, економічні, соціокультурні, техногенні [8].

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].

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. В 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].

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 [8].

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 і т.п [6]. Вибір раціональної форми інтернаціоналізації бізнесу залежить від стратегічних цілей фірми і конкретних умов діяльності на батьківщині і за кордоном. Вибір бажаної етапу інтернаціоналізації бізнесу в залежності від цілей фірми й умов її діяльності показаний в табл. 1.

Таблиця 1.

## 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

Систематизовано автором [1,3,7]

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 таблиці 2.

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

Систематизовано автором [1,3,4]

Результатом посилення інтернаціоналізації економіки та бізнесу є формування феномену «глобалізації». Її основу складає зростання взаємозалежності національних економік і все більш тісний їх інтеграція. Виникають глобальні системи інфраструктури (транспортна мережа, Інтернет та ін.) Зростає значення глобальних проблем сучасності, вирішення яких потребує співпраці всіх країн світу. Істотний вплив на які відбуваються процеси надає 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 [1].

Найважливішою особливістю міжнародного бізнесу є його економічне, законодавче та політичне поле конкуренції, а також соціокультурний фон, що істотно відрізняє його від внутрішніх ринків країн. Сучасний світовий ринок, незважаючи на насиченість нормами і правилами поведінки на ньому економічних суб'єктів, формування міжнародних регулятивних механізмів та інститутів, якісно і кількісно відрізняється від внутрішніх національних ринків, правове функціонування яких має законодавчий характер.

**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 крупніше, сильніше і багатше 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). В 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 зі складно взаємодіючих професійних знань принципово більш високого рівня, ніж наявна в будь-якому державному (або локальному) бізнесі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вергун В.А. Іноземні інвестиції: офшорні зони та їх інституції в міжнародному бізнесі: навч. посібник / В.А.Вергун, О.І.Ступницький – Київ:Київський університет, 2012–303 с.
2. Гриффін Р., Пастей М. Международный бизнес. 4-е изд. / пер. с англ. Под. ред. А.Г. Медведева. – СПб.: Питер, 2006. – 1088 с.
3. Лапыгин Ю.Н. Бизнес-план: стратеги и тактика развития компании: практ. Пособие / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин. – 2-е изд., испр. – М.: Издательство «Омега-Л», 2009. – 350 с.
4. Мировая экономика и международный бизнес: учебник / кол. авторов; под. общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В.В. Полякова и д-ра экон. наук, проф. Р.К. Щенина. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2008. – 688 с.
5. Михайлова Л.І., Турчина С.Г., Данько Ю.І. Міжнародний бізнес // Навчальний посібник, Суми: Вид-во “Козацький вал” ВАТ “Сумська обласна друкарня”, 2009
6. Остервальдер А. Построение бизнес моделей: Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье; пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: / Р.А. Фатхутдинов Учебник для вузов. 6-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с.
8. Exploring Corporate Strategy: Text and Cases / Gerry Johnson, Kevan Scholes, Richard Whittington Financial Times/ Prentice Hall; 7 edition – 1072 p.

*Рецензент Сідоров В.І.*