

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ

Починаючи з кінця ХХ ст. міжнародний бізнес став настільки всеосяжним феноменом сучасної цивілізації, що дати цьому складному явищу світової економіки однозначне визначення дуже важко. На сьогодні особливо гостро відчувається значний вплив інтернаціоналізації, глобалізації та інтеграційних процесів, які охоплюють весь світ.

Здатність пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі - основна умова в бізнесі і інших сферах життєдіяльності.

Актуальність теми обумовлена тим, що сучасне середовище міжнародного маркетингу та менеджменту характеризується надзвичайно високим ступенем складності, динамізму і невизначеності.

Вивченню особливостей сутності, структури та управління міжнародними корпораціями присвячені роботи М. Менденхелла, П. Біміш, Г. Перлмуттера, Г. Хедлунга, Н. Ріглі та ін.

Міжнародний бізнес базується на можливості отримання вигод саме з переваг міждержавних ділових операцій, тобто з того факту, що продажі певного товару в іншій країні забезпечують сторонам більші переваги, ніж вони б мали, займаючись підприємницькою діяльністю тільки в своїх країнах.

Оскільки мова йде про ділові операції, то міжнародний бізнес, як і внутрішньодержавний, має головною метою отримання прибутку.

Можливості комп'ютеризації, інформатизації і телекомунікацій принципово змінили характер міжнародного бізнесу, який в сучасних умовах придбав три принципово нові риси:

- він може ефективно здійснюватися «не виходячи з офісу»;
- він може здійснюватися в режимі реального часу;
- він може за допомогою телекомунікацій охоплювати всі питання, що цікавлять бізнес (ринки товарів, капіталів, робочої сили, інформації і т. д).

Міжнародний менеджмент є особливим видом менеджменту, головними цілями якого виступають формування, розвиток і використання конкурентних переваг фірми за рахунок можливостей ведення бізнесу в різних країнах і відповідного використання економічних, соціальних, демографічних, культурних та інших особливостей цих країн і міждержавної взаємодії [1].

Поняття міжнародного менеджменту на сьогоднішньому етапі формується під впливом розвитку інформаційних технологій, які є одним з основних факторів глобалізації. Відповідно, сьогодні будь-яку значну фірму слід розглядати в площині впливу міжнародних процесів. Завдяки розвитку і існування глобального інформаційного простору будь-яка фірма може вийти на зовнішні ринки, вибудувати віртуальну мережеву структуру або взяти участь у вже існуючих. Комунікаційна діяльність компаній стає все більш динамічною [2].

За допомогою міжнародного менеджменту компанія проникає в країну не просто за допомогою знання її культури (в широкому розумінні цієї категорії), але і акумулюючи інтернаціональні і національні культури і знання, створює певну систему, вигідну для компанії, і, таким чином, нав'язує своє бачення проблем і шляхів їх вирішення.

Роль міжнародного менеджменту полягає в забезпеченні такої взаємодії організації із зовнішнім середовищем, яке дозволяло б підтримувати її потенціал на рівні, необхідному для досягнення її цілей, і тим самим давало б їй можливість виживати в довгостроковій перспективі.

Транснаціональні корпорації визначають кількісні та якісні показники розвитку світової економічної системи на сучасному етапі. Незважаючи на справедливую критику щодо їх зловживання монопольним становищем, нехтування екологічними та соціальними стандартами, ТНК виступають об'єднуючим елементом між різними за рівнем розвитку державами, дозволяючи найменш розвиненим країнам мати доступ до останніх досягнень науки.

Успішність діяльності ТНК в умовах мінливості та нестабільності глобальної економічної системи та посилення конкуренції залежить у тому числі від здатності змінювати систему управління всередині ТНК, урахуовуючи науково-технічний прогрес та особливості національного регулювання приймаючих країн.

Більшість ТНК країн Європи і Північної Америки організовані за ієрархічним принципом і мають холдингову форму організації. Згідно з законодавством України, холдингова компанія – «акціонерне товариство, яке володіє, користується та розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств» [3]. Разом з терміном «холдингова компанія», часто використовують подібні поняття «материнська» або «головна» компанія.

Управлінський підрозділ приймає основні стратегічні рішення щодо розвитку всіх філій. Така ступінь централізації керівництва дозволяє координувати діяльність підрозділів в глобальному масштабі і максимізувати прибуток компанії в цілому.

Можна виділити основні завдання вищого управлінського підрозділу:

- комплексне вивчення, аналіз і оцінка зовнішнього середовища міжнародного з метою виявлення конкурентних переваг фірми;
- детальний аналіз та оцінка особливостей культури у країнах перебування та подальше використання цих відомостей за для вироблення стратегічних рішень щодо функціонування та розвитку фірми як у даній країні, так і в цілому.
- формування і розвиток багатонаціонального колективу фірми і її підрозділів у країні базування і в країнах перебування з ціллю максимізації використання особистого потенціалу працівників, можливостей окремих колективів і загалом взаємодії всередині фірми;

- пошук, розвиток та ефективне використання різноманітних можливостей міжнародного бізнес-сервісу (перш за все в сферах фінансового, технологічного та інформаційного обслуговування економічних операцій).

Головним фактором формування та успішної реалізації управлінської системи ТНК в умовах глобалізації є люди, здатні успішно вирішувати проблеми, поєднуючи інтереси власної та інших держав, забезпечуючи партнерство між бізнесом і урядами різних країн, конкуренцію і співробітництво в глобальному масштабі, адаптуючи управління корпорацією до культурних відмінностей країн-учасниць міжнародного співробітництва.

Управління міжнародним бізнесом значних масштабів вимагає якісно іншої інформаційної бази, подолання мовного бар'єру та професійного забезпечення управлінських рішень.

Список використаної літератури:

1. Юхименко П. І. Міжнародний менеджмент / П. І. Юхименко, Л. П. Гацька, М. В. Півторак. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
2. Ricky W. Griffin. International Business: A Managerial Perspective (8th Edition) / Ricky W. Griffin, Mike W. Pustay. – New Jersey: Pearson, 2014. – 624 с.
3. Про холдингові компанії в Україні: Закон України від 15.03.2006 р., № 3528-IV // Відом. Верхов. Ради України [Текст]. – 2006. – № 34. – 291 с.
4. David C. Thomas. Cross-Cultural Management: Essential Concepts / David C. Thomas, Mark F. Peterson – SAGE Publications, Inc, 2017. – 337 с.