

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Однією з важливих ознак сучасного розвитку світового господарства є розгортання процесів глобалізації, які суттєво впливають на систему міжнародних економічних відносин, трансформують напрями і визначають тенденції розвитку національних економік. Як явище міжнародних економічних відносин міжнародний бізнес – це форма взаємодії суб'єктів міжнародної економічної діяльності, спрямована на одержання вигод від трансграничного співробітництва. Конкретна сутність цього поняття розглядається як будь-яка операція, яка проводиться контрагентами двох або більше країн. При цьому, мова йде про господарські операції, які засновані на нових організаційних технологіях, мають гнучкий характер у процесі оперативного управління, враховуючи вплив вимог світового ринку та оптимального задоволення інтересів і потреб партнерів.

Міжнародний бізнес базується на можливості отримання переваг (економічних чи технологічних) саме із переваг міждержавних ділових операцій, тобто продаж даного товару в іншій країні, або налагодження фірмою однієї країни виробництва в іншій країні, або спільного надання послуг фірмами двох країн – третій забезпечують залученим у бізнес сторонам більше переваг, ніж вони мали б, якби здійснювали аналогічну діяльність як суб'єкти лише національних економік.

Міжнародний бізнес стає всеохоплюючим і всепроникаючим феноменом сучасної цивілізації. Існує низка базових причин, які змушують фірми ставати більш глобальними як в плані загального курсу розвитку, так і в плані повсякденної практичної діяльності. До числа таких стратегічних імперативів входить:

- використання ключової компетенції компанії. Одним з найважливіших підстав для глобалізації є можливість більш широкого використання ключових компетенцій, які компанії вдалося розвинути на внутрішньому ринку. Ключова компетенція визначає відмінну сильну сторону або перевагу, що має першочергове значення для успішної роботи компанії. Застосовуючи ключову компетенцію на нових ринках, компанія може збільшити свої доходи і прибутки.

- придбання ресурсів. Суттєвою причиною щодо ведення бізнесу в міжнародних масштабах є необхідність придбання закордоном таких ресурсів, як матеріали, робоча сила, капітал або технологія. У деяких випадках компанії відчують гостру потребу в тому, щоб скористатися зарубіжними джерелами ресурсів, тому що на місцевому ринку відповідні продукти та послуги або повністю відсутні, або їх недостатньо для задоволення потреб компанії.

- пошук нових ринків збуту. Необхідність пошуку нових ринків збуту – це також одна з поширених причин виходу компаній на міжнародні ринки. Коли внутрішній ринок, на якому компанія реалізує свою про продукцію, повністю сформований, то на ньому все важче і важче генерувати високі доходи та забезпечувати зростання прибутку.

В умовах глобалізації міжнародний бізнес набуває принципово нових рис. Важливий інструмент економічної інтеграції країни в світову економіку, а відповідно – інструмент глобалізації як такої, міжнародний бізнес у сучасних умовах визначається такими рисами:

а) **доступність і всеосяжність.** Хоча міжнародний бізнес і регулюється відповідними законодавствами країн, він поступово перетворюється у невід'ємну можливість практично для будь-якої фірми майже кожної країни, принципово змінюючи стратегічні й тактичні перспективи фірм і відкриваючи перед ними нові потенційні поля ділової активності. У той же час тут, звичайно, є й певні обмеження;

б) **ступеневість розвитку.** Вхідження фірми в міжнародний бізнес, як правило, починається з простих форм звичайної зарубіжної торгівлі і в міру розвитку досягає вищої форми – БНК. Сутність цієї особливості не зводиться до природної вимоги накопичення досвіду та нарощення потенціалу – і вхідження в міжнародний бізнес, і подальші досягнення в ньому будуть пов'язані з подоланням певних порогів: якщо на початковому етапі – поріг, наприклад, якісного рівня товарів фірми і раціональності її витрат, що дозволяє продавати товари за кордоном, то потім це питання вдалого розміщення дистрибуції, ефективного використання міжнародних ринків капіталів і робочої сили, роботи з міжнародними транспортними мережами і т. ін.

в) **технологічна глобалізація.** Можливості комп'ютеризації, інформатизації та телекомунікацій принципово змінили характер міжнародного бізнесу, який в сучасних умовах набув трьох принципово нових рис: він може ефективно здійснюватись «не виходячи з офісу»; він може здійснюватися в режимі реального часу; він може за допомогою телекомунікацій охоплювати всі цікаві для бізнесу ринки товарів, капіталів, робочої сили, інформації і т.ін.

г) **«фінансіаризація».** Цей термін ввів Ж. П. Серван-Шрайбер, і він досить точно відображає найважливішу рису «глобалізованого» міжнародного бізнесу: фінансовий зміст міжнародних ділових операцій, починаючи від їх ідеї і закінчуючи реальним результатом, стає серцевиною міжнародного бізнесу, тим своєрідним центром, навколо якого обертаються всі інтереси, рішення, стратегії. Пошук і використання міжнародних конкурентних переваг стали жорстко спиратися на досягнення фінансового менеджменту, новітні і численні фінансові інструменти, що виростають з гігантських можливостей світового фінансового ринку. У поєднанні з унікальними можливостями комп'ютеризації і телекомунікацій «фінансіаризація» стала виміром досконалості міжнародного бізнесу;

д) **складний взаємозв'язок національного й інтернаціонального.** Складний вплив на ділове життя планети здійснюють конвергентні та дивергентні процеси у сфері національних культур. З одного боку, глобалізація приводить до виключно конвергентних процесів: починаючи з джінсів, телевізорів і гамбургерів до формування мультинаціональної ділової культури, певні принципи і правила якої поділяє практично більшість бізнесменів світу. З

іншого боку, зростає національна і культурна диференціація, яка в крайніх формах націоналізму і релігійної нетерпимості проявляється в складних конфліктних формах; очевидно, цілком природним є прагнення народів та етнічних общин зберегти свої культурні та національні цінності, стереотипи поведінки, захистити їх від розмивання «усередненою» масовою культурою;

е) **в умовах глобалізованої економіки основною господарською одиницею стають крупні міжнародні компанії**, які володіють філіями і дочірніми організаціями в багатьох країнах, зі співробітниками різних національностей. Саме вони встановлюють виробничі, торгові, науково-технічні, фінансові зв'язки зі своїми закордонними партнерами і стають головним джерелом та генератором глобалізації.

В умовах інтернаціоналізації підприємства можуть одночасно застосовувати різні види міжнародної діяльності на різних ринках і сегментах залежно від їх виробничо-комерційних можливостей і прагнень. Проте свою міжнародну діяльність вони, як правило, розпочинають з «домашнього» ринку, поступово посилюючи рівень інтернаціоналізації та послідовно ускладнюючи управлінські функції забезпечення виробничо-комерційної діяльності в міжнародному економічному просторі. Швидкість переходу від національно локалізованого бізнесу до стандартизованих форм глобалізації залежить від рівня зрілості ринкового середовища, фактори якого можуть підсилювати глобалізаційні тенденції або, навпаки, їх пригнічувати.

Успішність глобальної стратегії економічного розвитку зумовлена не стільки можливістю створення подібних умов ведення бізнесу, скільки рівнем зрілості управлінської поведінки економічних суб'єктів, які хочуть, вміють і можуть впливати на перебіг подій за допомогою використання власного міжнародного досвіду (у сфері розвитку продукту, ціноутворення, реалізації логістичних завдань тощо), який набувався в процесі реалізації завдань внутрішнього, експортного, інтернаціонального, багатонаціонального й елементів глобального маркетингу. Фактично йдеться про розробку універсальних продуктово-ринкових стратегій, які були б адекватними вимогам світового ринку та одночасно відповідали б потребам розвитку учасників міжнародного співробітництва і ринковим мотиваціям споживачів з різних країн і регіонів. Такі стратегії, які, по суті, є складовими національних програм соціально-економічного розвитку, мають комплексно і цілеспрямовано забезпечувати обґрунтований рівень глобалізації національних економік на різних етапах інтернаціоналізації та у сферах підприємництва, незважаючи на особливості соціально-культурного, економічного і технологічного розвитку.

Список використаної літератури:

1. Глобальна економіка XXI століття: людський вимір: монографія / Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, А.М. Колот [та ін.]; заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Д.Г. Лук'яненка та д-ра екон. наук, проф. А.М. Поручника. К.: КНЕУ, 2008. – 420 с.
2. Міжнародний менеджмент: навчальний посібник / Юхименко П.І., Гацька Л.П., Півторак М.В. [та ін.] – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
3. Старостіна А., Каніщенко О. Суперечливі шляхи економічної глобалізації// Економіка України – 2008р. -№5.
4. Управління міжнародним бізнесом: конспект лекцій для студентів В-27 економічного спрямування, аспірантів, викладачів./Н.Г. Ушакова, К.Ю.Величко, О.І.Печенка. – Харків: Видавництво «Форт», 2016. – 126 с.