

О. М. Гуцалюк

кандидат економічних наук, доцент
Класичний приватний університет

В. А. Череватенко

кандидат економічних наук, доцент
Харківський інститут фінансів Українського державного університету
фінансів та міжнародної торгівлі

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті теоретично обґрунтовано розвиток міжнародного бізнесу в контексті міжнародного менеджменту. Подано періодизацію розвитку міжнародного бізнесу, яка дає змогу виділити сфери міжнародної підприємницької діяльності. Розглянуто причини здійснення міжнародного бізнесу, його сутність і сфери міжнародної підприємницької діяльності. Виокремлено фактори, що впливають на отримання вигоди від здійснення міжнародного бізнесу. Визначено зміст і основні характеристики міжнародного бізнесу, його форми, види та суб'єктів. Досліджено властивості, притаманні сучасному міжнародному бізнесу.

Ключові слова: міжнародний бізнес, міжнародний менеджмент, міжнародна фірма, акціонерне товариство, корпорація.

I. Вступ

На кінець XX – початок XI ст. міжнародний бізнес став всеохопним і всепроникним феноменом сучасної цивілізації. Ключова особливість міжнародного бізнесу пов'язана з перетинанням предметами бізнесу кордонів, що в процесі менеджменту потребує врахування особливостей середовища двох або більше країн.

Сучасний стан міжнародного бізнесу є результатом багатовікового розвитку міжнародної торгівлі. Важливо враховувати й історичний досвід міжнародного бізнесу, нагромаджений на різних етапах його еволюції, адже для багатьох країн, у тому числі й України, притаманно використання його різних історичних форм.

Міжнародний бізнес базується на можливості отримання вигоди саме з переваг міждержавних ділових операцій, тобто з того факту, що продаж певного товару в іншій країні, налагодження фірмою однієї країни виробництва в іншій країні або надання послуг спільно фірмами двох країн третій забезпечують залученням у бізнес сторонам більше переваг, ніж якби вони вели справу у своїх країнах. Це ключовий момент не лише в розумінні природи й специфіки міжнародного бізнесу, а й поясненні виникнення та розвитку міжнародного менеджменту.

Процесу розвитку міжнародного бізнесу в контексті міжнародного менеджменту в різних векторах присвячено науковій праці видатних

українських і зарубіжних учених, зокрема: К. Асвазаппа, А. Ф. Гойко [2], Д. Джонсона, Д. Г. Лук'яненко [1; 3], О. В. Михайловської [4], С. В. Мочерного [5], О. І. Олексюк [6], С. К. Поулсона, С. Робокка, К. Сіммондса, К. Тернера, Б. Тойна, У. Томлінсона С. В. Фомішина [7], О. А. Швиданенко та ін.

Варто зауважити на окремих аспектах розвитку форм здійснення міжнародної підприємницької діяльності транснаціональними корпораціями (ТНК) на глобальній стадії інтернаціоналізації. Проте більш детального дослідження вимагає виявлення актуальних тенденцій розвитку форм міжнародного бізнесу саме в контексті міжнародного менеджменту.

II. Постановка завдання

Метою статті є теоретичне обґрунтування розвитку міжнародного бізнесу в контексті міжнародного менеджменту, визначення безпосередньої сутності та основних характеристик міжнародного бізнесу, його основних форм, видів і суб'єктів.

III. Результати

Міжнародний бізнес пов'язаний із перемищенням ресурсів (сировина, капітал, технологія, люди), товарів (готові компоненти, продукти, напівфабрикати), послуг (бухгалтерський облік, юридична й банківська діяльність) з однієї країни до іншої.

Відмінною рисою міжнародного бізнесу є й те, що на цю діяльність безпосередньо впливає численність обставин, зокрема відмінності в мові, відстані, валютні курси, тарифні бар'єри, політичні проблеми тощо.

- Зауважимо, що конкретні вигоди міжнародного бізнесу пов'язані з отриманням більшого прибутку з урахуванням таких факторів:
- доступ до зарубіжних ринків робочої сили (ціна, кваліфікація);
 - вихід до родовищ корисних копалин і джерел сировини;
 - прагнення нових ринків збуту;
 - збільшення обсягів виробництва й зниження собівартості виробів (ефект масштабу та крива досвіду);
 - зменшення валютних ризиків.

Головна мета міжнародного бізнесу, причини його формування й розвитку зумовлюють певну систему засобів досягнення цієї мети. На різних етапах розвитку й функціонування міжнародного бізнесу ця система має свої особливості. Тому важливо виділити певні сфери міжнародної підприємницької діяльності, у яких існують різні способи досягнення мети міжнародного бізнесу.

Детальніше причини здійснення міжнародного бізнесу, його сутність і сфери міжнародної підприємницької діяльності показано на рис. 1.

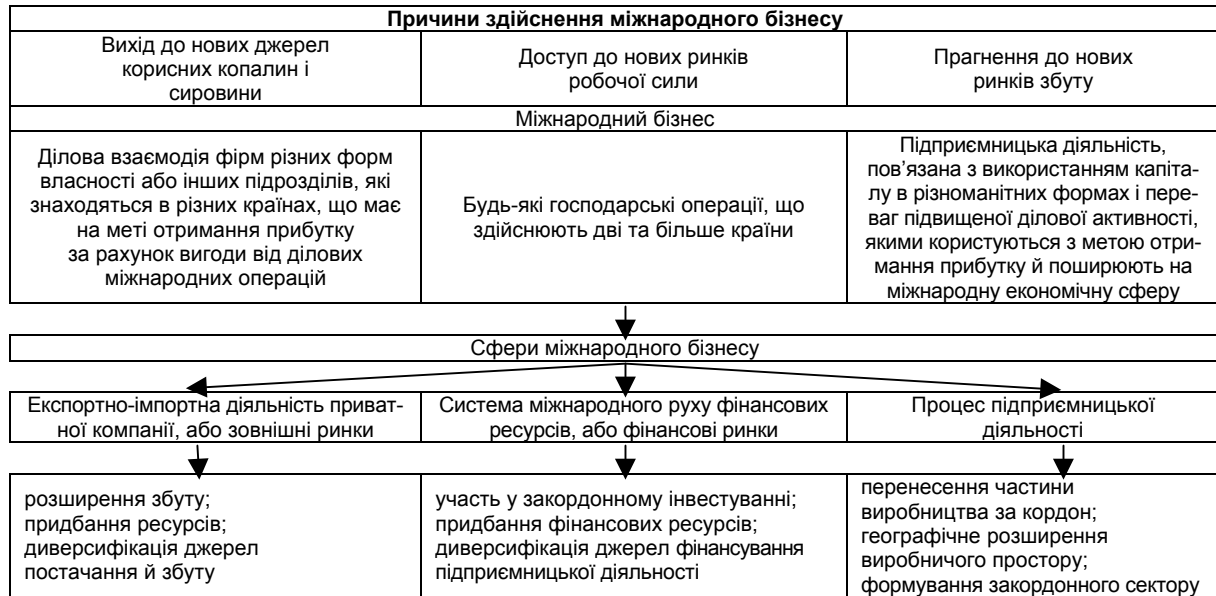


Рис. 1. Причини здійснення міжнародного бізнесу, його сутність і сфери міжнародної підприємницької діяльності

Отже, міжнародний бізнес – це система ділових відносин і господарських операцій, які здійснюють суб'єкти господарювання двох або більше країн з метою отримання прибутку.

Сучасному міжнародному бізнесу властиві такі особливості:

- значне збільшення товарообігу під впливом науково-технічного прогресу;
- поглиблення інтернаціоналізації;
- глобальність характеру міжнародного бізнесу: він охоплює світову систему інформаційного ділового обміну, світовий фінансовий ринок і глобальну структуру технологічних нововведень;
- поглиблення міжнародного поділу праці;
- зміна структури товарів і послуг у світовій торгівлі (збільшення питомої ваги товарів, зменшення сировини);
- виникнення залежності деяких суб'єктів міжнародного бізнесу від закордонних партнерів;
- урахування в бізнесі культурного фактора, тобто сукупності вимог і обмежень, що накладає культура певної країни на тих, хто веде в ній (або з нею) бізнес;
- налагодження під впливом НТП глибоких технологічних зв'язків між суб'єктами світового бізнесу;

- прискорення об'єктивного процесу міжнародного поділу праці: товари в міжнародній торгівлі є проміжними продуктами, а не кінцевими виробами.

Із розвитком процесів інтернаціоналізації форми та види міжнародного бізнесу змінюються від простих (міжнародна торгівля) до складних (міжнародні корпорації з прямими зарубіжними інвестиціями).

До найбільш розповсюджених видів міжнародного бізнесу належать: експорт, ліцензування, франчайзинг, контракти на управління, проекти "під ключ", прямі зарубіжні інвестиції.

Особливості зазначених видів міжнародного бізнесу наочно представлено на рис. 2.

Варто підкреслити, що експорт є найпростішою формою міжнародного бізнесу та є фактичним продажем товарів (послуг) до інших країн. Це історично перша й найпоширеніша форма міжнародного бізнесу. У сучасних умовах зовнішньоторговельні операції становлять понад 80% обсягів міжнародного бізнесу. До того ж експорт є найменш ризикованою, але й найменш прибутковою формою міжнародного бізнесу.



Рис. 2. Види міжнародного бізнесу та їх сутність

Ці особливості змушують учасників міжнародного бізнесу модернізувати експорт. Найпоширенішими формами такої модернізації є локальне складування та продаж, що означають завезення великих партій товарів на спеціальні склади країни-господаря з метою подальшого продажу товарів із цього складу-магазину. Така форма бізнесу зменшує витрати під час перевезення великих партій товарів у розрахунок на один вирів (ефект масштабу), а також дає змогу здійснювати передпродажне й післяпродажне обслуговування товарів.

Під час розгляду форм міжнародного бізнесу варто зауважити, що ліцензування означає передачу прав інтелектуальної власності партнеру з іншої країни на умовах отримання певних доходів. Інтелектуальною власністю є винаходи, "ноу-хау", торгова марка тощо.

Ліцензування – це спосіб організації виробництва за кордоном, що зводить до мінімуму капітальні витрати, забезпечує отримання активів інших фірм у обмін на ліцензію. Також розповсюдженим є перехресне ліцензування, яке забезпечує здешевлення технології порівняно з витратами на розробку аналогічної технології власними силами.

Часто ліцензування поєднують із франчайзинговими угодами. Франчайзинг – це спосіб діяльності, згідно з яким франшизер (продавець) передає франшизі (покупцеві) право на використання своєї торговельної марки, яка є для бізнесу покупця найбільш важливим активом, і за допомогою якої продавець надає постійну допомогу покупцеві в його бізнесі.

Відзначимо, що ТНК розглядає свої технології й торговельні марки як важливі складові базових активів. У США 1/3 обігу роздрібною торгівлі – це франчайзинг. Близько 3/4 таких продажів припадає на дилерів, які займаються збутом легкових і вантажних автомобілів, бензоколонок і розливанням у пляшки безалкогольних напоїв.

Найбільш розповсюджений спосіб (60%) проникнення франшизера до іншої країни – це вибір головної франшизи й передача цій

організації (зазвичай місцевій) прав у країні або регіоні. Потім основний покупець відкриває власну торгівлю або торгівлю через суб-франшиз. За такою схемою працюють підприємства "МакДональдз".

Управлінські контракти є способом направлення фірмою частини свого управлінського персоналу до іншої країни для надання підтримки іноземній фірмі чи виконання спеціалізованих управлінських функцій протягом встановленого періоду за певну плату. Розмір плати включає заробітну плату менеджерів і витрати на ризик, що може виникнути внаслідок помилок менеджерів у іншій країні.

Варто звернути увагу також на те, що управлінські контракти застосовують за таких умов:

- експропріація країною-реципієнтом іноземних інвестицій, коли колишньому власнику пропонують подовжити управління підприємством до підготовки кадрів місцевих менеджерів;
- створення нового комерційного проекту, у якому країна-реципієнт не має належного управлінського досвіду, але має необхідне устаткування;
- підвищення ефективності функціонування підприємства завдяки залученню управлінського персоналу авторитетних іноземних фірм.

Однією з форм міжнародного бізнесу є також контракти на будівництво підприємств (проекти "під ключ"). У такому разі фірма-підрядник за свої кошти будує підприємство (об'єкт), а замовник поетапно розраховується за нього. Генеральними підрядниками стають виробники відповідного устаткування, проектні, будівельні чи консалтингові організації. Замовниками при цьому є державні організації чи великі міжнародні корпорації. Зазвичай розрахунок здійснюють у три етапи: першочерговий (авансовий) платіж – 10–25%; поточні платежі в процесі виконання робіт – 50–65%; остаточний платіж після виконання робіт на об'єкті та введення його в експлуатацію – 10–40%.

Поява та розвиток ТНК безпосередньо пов'язані з їхньою зарубіжною інвестиційною діяльністю. Міжнародний рух підприємницького капіталу, зокрема прями іноземні інвестиції, стали базою для формування всесвітньої системи філіалів і міжнародного виробництва ТНК. Ключовою ознакою прямих іноземних інвестицій є довгостроковий економічний інтерес, коли інвестор отримує чи зберігає контроль над об'єктом вкладення капіталу.

Суб'єктами міжнародних економічних відносин на світовому, регіональному, між-

державному та міжфірмовому рівнях є: міжнародні економічні організації, інтеграційні об'єднання, держава, фірми. Головним суб'єктом міжнародного бізнесу на всіх рівнях є міжнародна фірма.

Класифікацію фірм здійснюють залежно від видів і сфер діяльності, форм власності й правового статусу, приналежності капіталу та контролю.

Основні суб'єкти міжнародного бізнесу представлено на рис. 3.



Рис. 3. Основні суб'єкти міжнародного бізнесу

Однією з найпоширеніших форм міжнародної ділової співпраці в останні десятиліття стали міжнародні стратегічні альянси (МСА).

Міжнародний стратегічний альянс – відносно тривала міжорганізаційна угода зі співробітництва, яка передбачає спільне використання ресурсів та/або структур управління двох чи більше самостійних фірм із декількох країн для реалізації завдань, пов'язаних із місією кожної з них. МСА – це функціональні структури, засновані на формальному чи (інколи) неформальному договорі. Організації-засновники здійснюють спільне управління та контроль за діяльністю МСА.

Під міжнародним стратегічним альянсом, на відміну від міжнародного альянсу, розуміють такі угоди, які:

- компенсують слабкі сторони чи створюють конкурентні переваги учасників;
- відповідають довгостроковим стратегічним планам партнерів;
- мають раціональні цілі для зв'язку фірм. У свою чергу, стратегія створення альянсів передбачає:
 - створення стратегічних відносин між незалежними організаціями двох і більше країн, які мають спільні цілі, прагнуть спільної вигоди та визнають високий рівень взаємозалежності;
 - об'єднання зусиль фірм для досягнення мети, реалізація якої вимагатиме набагато більше витрат за умови дії поодиночки.

До міжнародних стратегічних альянсів належать: функціональні угоди за спільними науково-дослідними та дослідницько-конструкторськими роботами; з розвитку та вдосконалення виробництва; угоди про участь у активах зі створенням нової організації й без їх створення (придбання частки участі,

обмін акціями). Відповідно до цілей створення міжнародних стратегічних альянсів менеджер може вибрати різні форми співпраці: від повного злиття до незалежних трансакцій відкритого ринку.

Не менш важливим суб'єктом міжнародного бізнесу є спільні підприємства, що забезпечують спільну, але не обов'язково рівну власність і контроль над використанням активів.

Спільне підприємство – це володіння на пайових засадах, коли акціонерний капітал належить не численності дрібних акціонерів, а декільком співвласникам, кожен з яких має певну частку власності й поділяє ризик.

Основними стимулами до заснування спільних підприємств можуть бути:

- законодавча заборона створення філій іноземних компаній без участі в них місцевих партнерів і дискримінаційні дії уряду країни, що їх приймає;
- можливість отримати певні пільги з боку місцевої держави або використати наявні переваги місцевого партнера (ресурси, зокрема дешева робоча сила);
- у тих випадках, коли здійснення капіталовкладень у конкретній країні пов'язане з певними економічними або політичними ризиками, доцільніше залучати до цієї справи місцевого партнера;
- істотним спонукальним мотивом спільного підприємництва є зростання витрат, пов'язаних із розвитком підприємства та загостренням конкуренції на світовому ринку. Об'єднуючи ресурси, фірми підвищують свої шанси в боротьбі з потужними конкурентами.

Акціонерне товариство (АТ) – основна організаційна й правова форма великої фірми (підприємства). Корпоративна власність у формі акціонерного товариства є провід-

ною формою міжнародного бізнесу. У межах міжнародних корпорацій зосереджується більшість зайнятих, виробленої продукції, утримуваних доходів. У статуті товариства фіксують його мету, розмір капіталу, порядок управління, структуру керівних органів тощо. Вищим органом АТ є загальні збори акціонерів, які скликають, як правило, один раз на рік. Поточними справами АТ керує правління, спостережна рада, рада директорів.

Капітал АТ створюється шляхом об'єднання багатьох індивідуальних капіталів і грошових доходів за допомогою випуску акцій і облігацій, а потім збільшується за рахунок прибутку АТ і випуску нових акцій. Він складається з власного й позичкового капіталів.

Власний капітал включає кошти, отримані від випуску та реалізації акцій (власне акціонерний капітал), і резервний капітал, що створюють за рахунок відрахувань від прибутку. Позичковий капітал створюють за рахунок коштів банківського кредиту й коштів від випуску акцій.

Командитне товариство – це асоціація осіб, які беруть участь у бізнесі як співвласники для отримання доходів. Членів такого товариства поділяють на дві категорії: комплементарії, які несуть необмежену відповідальність усім своїм майном, і командисти, що несуть відповідальність лише в межах свого внеску та відсторонені від контролю. З податкових міркувань як комплементарій в командитне товариство може бути прийнято товариство з обмеженою відповідальністю. З погляду оподаткування таке утворення є товариством, а з погляду цивільного права дає можливість перенести необмежену відповідальність на товариство з обмеженою відповідальністю, яке стає єдиним носієм необмеженої відповідальності та, як правило, володіє лише незначним капіталом.

Товариство з обмеженою відповідальністю. У цих товариствах здебільшого існують тісні зв'язки між компаньонами й товариствами, тому воно найбільше підходить для сімейних підприємств. Товариство з обмеженою відповідальністю за заборгованість, що виникла, відповідає всім своїм капіталом, а відповідальність його членів обмежується їх часткою в основному капіталі – член товариства не несе більше ніякої відповідальності. Членам товариства дають змогу залишати за собою узгоджувальне право на укладання певних угод.

Транснаціональна компанія (ТНК) – це корпорація, що здійснює міжнародне виробництво на основі прямих іноземних інвестицій і має прямий контроль над своїми зарубіжними філіями.

Головним критерієм розрізнення транснаціональних компаній і національних фірм, що ведуть зовнішньоекономічну експортно-імпорتنу діяльність, є вивіз капіталу й створення підконтрольних підприємств у різних

країнах світу. Якщо національні компанії здійснюють лише експортно-імпорتنі операції товарів і послуг, то ТНК організують зарубіжне (міжнародне) виробництво товарів і послуг.

Одноосібне володіння – це виробництво, що належить одній особі й кероване найчастіше цією ж особою. При одноосібному володінні власник повністю контролює та відповідає за зобов'язаннями свого підприємства.

За видами діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу можна поділити на:

- фірми послуг – надають послуги за плату (до цієї групи належать фірми, що надають транспортні, банківські, страхові, біржові, посередницькі, інформаційні послуги, послуги зв'язку, технічне обслуговування, туризм тощо);
- торговельні компанії – купують готові товари для наступного продажу їх клієнтам;
- виробничі компанії – купують сировину, переробляють її на готові товари, а потім продають іншим компаніям або споживачам.

Ареную діяльності міжнародних фірм може бути науково-технічна, виробничо-інвестиційна, торговельна, валютно-фінансова та кредитна сфери. Міжнародні корпорації глобальної орієнтації зазвичай охоплюють усі види й сфери діяльності.

IV. Висновки

Отже, міжнародний бізнес є об'єктивною основою формування системи міжнародного менеджменту та заздалегідь спланованих заходів із узгодження господарських операцій фірм, організацій різних країн.

Головною метою міжнародного бізнесу є стабілізація та збільшення обсягу (маси) й норми прибутку, тобто підвищення рентабельності, ефективності загального бізнесу того або іншого економічного суб'єкта, підприємця.

Періодизація розвитку міжнародного бізнесу дає змогу виділити сфери міжнародної підприємницької діяльності. У першому періоді розвитку головною сферою міжнародного бізнесу є експортно-імпортна діяльність приватної компанії, або зовнішні ринки. У другому періоді головною сферою є система міжнародного руху фінансових ресурсів (капіталу в різних формах, іноземної валюти, цінних паперів), або фінансові ринки. У третьому періоді головною сферою є безпосередньо процес підприємницької діяльності. Відповідно, існують різні способи досягнення мети міжнародного бізнесу в кожній сфері.

До найбільш розповсюджених видів міжнародного бізнесу належать: експорт, ліцензування, франчайзинг, контракти на управління, проекти "під ключ" і прямі зарубіжні інвестиції. Досвідчений учасник міжнародного бізнесу використовує одночасно набір різних видів, вибираючи й комбінуючи їх залежно від наряду та умов діяльності в тій чи іншій країні.

Головними суб'єктами міжнародного бізнесу на всіх рівнях є міжнародні стратегічні альянси, спільні підприємства, акціонерні

товариства, командитні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, транснаціональні компанії та одноосібне володіння, яких, у свою чергу, класифікують залежно від видів діяльності: фірми послуг, торговельні та виробничі компанії.

Список використаної літератури

1. Лук'яненко Д. Г. Глобальна економіка XXI століття: людський вимір : монографія / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, А. М. Колот та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Д. Г. Лук'яненка та д-ра екон. наук, проф. А. М. Поручника. – Київ : КНЕУ, 2008. – 420 с.
2. Гойко А. Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрями їх реалізації / А. Ф. Гойко. – Київ : ВІРА-Р, 1999. – 320 с.
3. Лук'яненко Д. Г. Стратегії глобального управління / Д. Г. Лук'яненко, Т. В. Кальченко // Міжнародна економічна політика. – 2009. – № 8–9. – С. 5–43.
4. Михайловська О. В. Вплив глобалізації інформаційного простору на розвиток міжнародних інноваційно-інвестиційних процесів : монографія / О. В. Михайловська. – Київ : Дакор : Скіф, 2009. – 424 с.
5. Мочерний С. В. Інтернаціоналізація виробництва і сучасні тенденції розвитку світового господарства / С. В. Мочерний // Економіка України. – 2006. – № 5. – С. 47–55.
6. Олексюк О. І. Глобальна метрика інноваційно-інвестиційного розвитку / О. І. Олексюк // Інновації та розвиток. – 2009. – № 4. – С. 11–17.
7. Фомишин С. В. Международные экономические отношения на рубеже тысячелетий : учеб. пособ. / С. В. Фомишин. – Херсон : Олди-плюс, 2002. – 560 с.

Стаття надійшла до редакції 28.10.2015.

Гуцалюк А. Н., Череватенко В. А. Развитие международного бизнеса в контексте международного менеджмента

В статье теоретически обосновано развитие международного бизнеса в контексте международного менеджмента. Дана периодизация развития международного бизнеса, которая позволяет выделить сферы международной предпринимательской деятельности. Рассмотрены причины осуществления международного бизнеса, его сущность и сферы международной предпринимательской деятельности. Выделены факторы, влияющие на получение выгоды от осуществления международного бизнеса. Определено содержание и основные характеристики международного бизнеса, его формы, виды и субъекты. Исследованы свойства, что присущи современному международному бизнесу.

Ключевые слова: международный бизнес, международный менеджмент, международная фирма, акционерное общество, корпорация.

Gutsalyuk A., Cherevatenko V. International Business Development in the Context of International Management

The article theoretically justifies the development of international business in the context of international management. Shows the periodization of the development of international business, which allows you to select areas of international business activity. The reasons for the implementation of the international business, its nature and scope of international business activity. The factors affecting the benefits from the implementation of international business. Defined the content and main characteristics of international business, its main forms, types and subjects. The properties that are inherent in modern international business.

International business is an objective basis of formation of system of international management and the system of pre-planned activities for the harmonization of business operations of companies and organizations of different countries. The main aim of international business is to stabilize and increase the volume (mass) and the rate of profit, i. e. increasing the profitability, effectiveness of the common business or other economic entity, entrepreneur.

Periodization of the development of international business allows you to highlight areas of international business activity. In the first period of development of the main international business is export-import activity of a private company, or foreign markets. In the second period, the main field is international movement of financial resources (capital in different forms, foreign currency, securities), or financial markets. In the third period, the main field is directly to the entrepreneurial process. Accordingly, there are different ways to achieve the goal of international business in every field.

The most common types of international business are exporting, licensing, franchising, management contracts, projects "turnkey" and foreign direct investment. Experienced member of international business uses simultaneously a set of different species, choosing and combining them according to the directions and conditions in one country or another. The main actors of international business at all levels are international strategic alliances, joint ventures, joint stock companies, limited partnerships, limited liability companies, multinationals and sole ownership, which, in turn, are classified according to types of activities: service company, trading company and manufacturing company.

Key words: international business, international management, international firm, joint stock company, corporation.