

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

© Баранов Р.А., 2006

Розглядаються питання щодо основних тенденцій міжнародного бізнесу. Виділено три основні тенденції міжнародного бізнес-середовища, які найбільше впливають на підприємства всіх рівнів розвитку та видів діяльності. Пропонується вважати, що такими тенденціями є глобалізація, розвиток та застосування інформаційних та високих технологій та прийняття нової парадигми менеджменту. Коротко аналізується та описується кожна з трьох тенденцій у світовому масштабі.

The article examines the questions concerning the major trends of the international business. The author outlines three main trends in the international business-environment, which he considers to have an overwhelming influence on the companies of all levels of development and in all kinds of industries. The author outlines these trends as globalization, rise of information technologies, and the adaptation of the new approach to management. The research proposes a brief description of each of the three trends on a global scale.

Постановка проблеми і її зв'язок з важливими практичними та науковими завданнями. В умовах сучасної економіки бізнес не може існувати без активної співпраці з суб'єктами міжнародного співтовариства. Зовнішнє політико-економічне середовище так насичене взаємодіями суб'єктів з різних країн, що бізнесу практично неможливо від таких взаємодій ізолюватися. Якщо ізоляція і вдається, то розраховувати на успіх в такому становищі вкрай важко. Звідси й критична потреба в знаннях і розумінні основних тенденцій у зовнішньому середовищі міжнародного бізнесу.

В Україні міжнародний бізнес знаходиться тільки на початковій стадії розвитку. Країна прагне стати повноцінним партнером в світовій і європейській спільноті, і для цього необхідно розширення і посилення міжнародної економічної діяльності. Для успіху цього процесу представники уряду і бізнесмени повинні знати ситуацію, яка є в міжнародному бізнесі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій за проблемою. Питання щодо найважливіших проблем та тенденцій міжнародного бізнесу розглядали такі вітчизняні автори, як В.Е. Новицький, А.П. Румянцев, Г.Н. Климко, О.А. Кириченко. Багато досліджень проводиться в Інституті світової економіки у Києві, де, наприклад, існує цілий відділ, який досліджує питання та проблеми, пов'язані з інтернаціоналізацією та глобалізацією. З вітчизняних авторів слід виділити Новицького В.Е., який провів численні дослідження (більше 200 наукових праць і публікацій) за темою міжнародної економіки та міжнародного бізнесу. Багато питань пов'язаних з темою цієї роботи сформульовано у підручнику за його авторством "Міжнародна економічна діяльність України" [1].

Загалом темі основних тенденцій та проблем міжнародного бізнесу приділено велику увагу як в Україні, так і за кордоном. Основні принципи були сформульовані такими відомими вченими, як Пітер Друкер, Майкл Портер, Філіпп Коттлер, Томас Фрідман і Акіо Моріта. Незважаючи на вивченість теми, проблема залишається дуже актуальною, оскільки середовище міжнародного бізнесу стрімко змінюється, проявляючи все нові і нові тенденції.

Цілі статті. Мета роботи – позначення основних тенденцій в міжнародному бізнесі, пов'язаних із змінами як в сучасній економіці, так і в політичному і соціокультурному зовнішньому середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час дослідження автор виділяє три найбільш значущі тенденції в світовому бізнесі як для малих компаній, так і для потужних корпорацій, а саме:

- глобалізацію;
- розвиток інформаційних і високих технологій;
- ухвалення нової парадигми менеджменту.

Навіть величезним корпораціям практично неможливо протистояти цим тенденціям. Тому перераховані тенденції ставлять організацію перед вибором – або змінитися і досягти успіху, або віддати перевагу інерції і бути позаду конкурентів, а то й потерпіти крах.

Першою тенденцією сучасного бізнесу слід позначити глобалізацію, суть якої полягає в тому, що “виробничий процес в одній країні стає складовою частиною процесу, який відбувається в інтернаціональному або світовому масштабах” [2]. Глобалізація визначається організацією і розширенням економічної діяльності за межами окремих держав, економічною відвертістю і зростанням взаємозалежності в різних сферах економіки і культури.

Передумови глобалізації насамперед полягають в: а) значному посиленні інтенсивності взаємодії суб’єктів економіки, що походять з різних країн; б) розвитку виробничих сил; в) інтеграції всіх сфер суспільного життя. Під час дослідження, нами були визначені основні ознаки глобалізації. До них можна віднести: розширення і лібералізацію торгівлі; інтернаціоналізацію обігу капіталу і послаблення перешкод для його руху; інтеграцію фінансової сфери і утворення міжнародних фінансових інститутів; розширення діяльності і посилення впливу на світовий ринок транснаціональних корпорацій (ТНК); орієнтацію системи пропозиції-попиту на Світовий ринок.

Глобалізація сприяє тому, що світова економіка сьогодні стала єдиним ринком і виробничою зоною лише з умовним розділенням на національні і регіональні сектори, а не просто сукупністю національних економік, що мають взаємовигідне співробітництво. На думку Олександра Неклесси, “якщо раніше світова економіка була ареною, на якій діяли суверенні держави, то тепер вона – достатньо автономний персонаж, що оперує на полі національних держав” [3]. Ми вважаємо, що глобалізація (на відміну від попередніх форм інтернаціоналізації) охоплює широкі сфери суспільного життя і означає перехід від системи відкритого національного господарства до інтегрованого світового господарства.

Процеси глобалізації об’єднали ринки країн в один комплексний і багаторівневий ринок, де утворилися нові правила гри і виникли нові лідери – міжнародні і транснаціональні компанії (ТНК). Видяпина В.І. показує, що “зараз є принаймні 35 тисяч ТНК, що контролюють близько 170 тисяч іноземних філіалів” [4]. А. Неклеса, наводить ще більш вражаючі цифри, стверджуючи, що “на сьогоднішній день кількість подібних корпорацій (ТНК) перевищила 53 тисячі, чисельність їх дочірніх філіалів – 450 тисяч” [3]. Тенденція до зростання ТНК в світі стає ще зрозумілішою, враховуючи той факт, що в 1939 році їх налічувалося близько 30 (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка збільшення ТНК та їх іноземних філій

Роки	Кількість ТНК, тис.	Кількість філій, тис.	Середня кількість філій ТНК
1992	35	150	4,3
1993	37	170	4,6
1994	37	200	5,4
1995	40	250	6,25
1996	39	270	6,9
1997	44	280	6,4
1998	54	449	8,3
1999	60	500	8,3
2000	63	696	10,9
2001	63	800	12,7

Джерело: International Capital Markets, Developments, Prospects, and Key Policy Issues. – Wash.: IMF, 2001 [12].

Вплив ТНК на споживачів, загальний стан ринку, соціальне і політичне життя світової спільноти є величезний. За розрахунками Всесвітнього банку і МВФ, 70 % світової торгівлі знаходиться в руках 40 000 ТНК і 250 000 їх іноземних філіалів [5].

Зростання ТНК сприяє розширенню міжнародної інвестиційної діяльності і руху капіталу в міжнародному просторі. У сучасному світі найбільші 100 ТНК, що мають в своєму розпорядженні світові активи на загальну суму понад 3,1 трильйона доларів, контролюють близько 90 % прямих капіталовкладень за кордоном [4]. Такий широкий розподіл інвестицій добре ілюструє факт інтеграції фінансових процесів в усьому світі.

У результаті глобалізації капіталу, характер діяльності компаній визначається вже не за ознакою країни походження капіталу, а за ознакою спрямованості в певну країну або район, де капітал генерує прибуток. В США – країні-лідері в світовій інвестиційній діяльності ця тенденція особливо помітна. Вже в середині 90-х років XX століття кількість американських компаній, що належали японському капіталу, перевищила 1700, тоді як їх продукція становила більше 9,5 % всього експорту США [6]. Подібні інвестиційні процеси створюють економічні межі між країнами на світовій карті ще більш умовними.

Друга ключова тенденція сучасного бізнесу – це розвиток інформаційних і високих технологій. Сам термін “інформаційні технології” ми визначаємо як поєднання технологій, що реалізують збір, отримання, накопичення, зберігання, оброблення, аналізування і передавання інформації в структурі організації з використанням засобів комп’ютерної техніки. Оскільки будь-який бізнес-процес має на увазі обмін інформацією і її оброблення, розвиток інформаційних технологій дав змогу у багато разів збільшити ефективність роботи організацій.

Можливості комп’ютеризації, інформатизації і телекомунікацій істотно змінили характер міжнародного бізнесу. Ми виділяємо три принципово нові ознаки, які надбав бізнес у зв’язку з розвитком високих технологій:

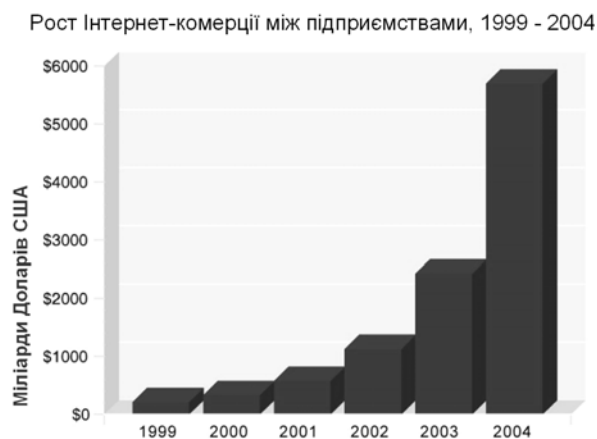
а) управління бізнес-процесами може ефективно здійснюватися, не виходячи з офісу; б) комунікації можуть здійснюватися в режимі реального часу; в) організації мають нагоду охоплювати всі ринки товарів, капіталів, робочої сили і інформації, які їх цікавлять.

Для менеджерів інформаційні технології є засобом ефективного управління бізнес-процесами на величезних відстанях, що дуже прискорило процеси глобалізації. За твердженням К. Мартинова, “тільки в останні кілька десятиріч стало можливим існування сучасної корпорації, чий відділ маркетингу знаходиться в Кіото, наукові лабораторії – в Каліфорнії, а виробництво – на Тайвані або в Бразилії. Інтернет, супутниковий зв’язок і реактивні літаки дали змогу зробити саме таку розподілену схему найвигіднішою” [7]. Інновації комунікаційних систем і розвиток комп’ютерних технологій дають можливість “охопити світ”, тобто контролювати і погоджувати процеси планети, що відбуваються в найвіддаленіших кутках Земної кулі.

Останніми роками інформаційні технології розвинулися в окрему індустрію, сформувавши новий тип продукту: інформаційний продукт, що виступає у вигляді програмних засобів, баз даних, служб експертного забезпечення і різного роду інформації. Будучи джерелом людських знань і необхідною базою для ухвалення рішень в бізнесі, інформаційний продукт має величезне значення для бізнесу.

Найпоширенішою і найдоступнішою формою інформаційних технологій є Інтернет. Виділяючи це положення, В.Б. Кувалдин пише, що “Інтернет є своєрідною інформаційною моделлю глобалізації в її нинішньому вигляді” [8]. Результатом розвитку Інтернету стала “віртуалізація ринку” – процес перенесення економічних процесів у віртуальне середовище. Найпоширенішим проявом віртуалізації ринку є “Інтернет-комерція” – торгівля між різними суб’єктами економіки, за якої зв’язок здійснюється за допомогою Інтернету.

Збільшення електронної комерції проілюстровано на рис. 1 та 2 [13]. Галузь Інтернет-комерції доволі успішна. Окрім відомих лідерів – Google, Yahoo, Ebay і Amazon, – існує величезна кількість компаній, що торгують різноманітними товарами та послугами. Сама ж сфера Інтернет-комерції стрімко зростає. Загальний обсяг ринку електронної комерції зріс з \$340 млрд. дол. в 1998 р. до \$1317 млрд. дол. – у 2002 р. [9]. Обсяг ринку Інтернет-послуг у 2002 р. становив \$43.6 млрд. дол. (в 1998 р. — \$4.5 млрд. дол.). Ці дані ще раз підтверджують перспективність ринку і його високий рівень розвитку вже сьогодні.



Джерело: AMR Research, 2004

Рис. 1. Ріст Інтернет-комерції між підприємствами порівняно з обсягом традиційної комерції



Джерело: AMR Research, Boston, 2004

Рис. 2. Ріст Інтернет-комерції між підприємствами

Розвиток інформаційних технологій і глобалізація ставлять нові завдання перед менеджерами і задають швидкий ритм ведення бізнесу – ритм, за якого натискання на декілька клавіш в одній країні може означати початок економічного процесу на відстані багатьох тисяч кілометрів. Тому третьою ключовою тенденцією в міжнародному бізнесі ми вважаємо прийняття нової парадигми менеджменту.

Передумовою прийняття нової парадигми менеджменту є відмова від управлінського раціоналізму (“успіх будь-якої організації визначає передусім раціональна організація виробництва продукції, розвиток спеціалізації, зниження витрат, тобто дія управління на внутрішні чинники виробництва [10]”). Як протипага, існує залучення уваги до проблеми гнучкості і пристосування (адаптивності) до змін зовнішнього середовища, чинники якого диктують стратегію і тактику організацій. Використовування ситуативного підходу до управління (що свідчить про те, що поведінка організації є відповіддю на зовнішні дії) виділяє як вирішальний чинник “ситуацію”, тобто конкретний набір обставин, які роблять вплив на роботу організації в даний момент часу.

Відмінності старої та нової парадигм наведено у табл. 2 [14]:

Таблиця 2

Стара та нова парадигми менеджменту

Стара парадигма (Ф. Тейлор, А. Файоль, Е. Мейо, А. Маслоу та ін.)	Нова парадигма (Р. Уотерман, Т. Пітере, І. Ансофф, П. Друкер та ін.)
Підприємство — це замкнута система, цілі, задачі та умови діяльності якої порівняно стабільні	Підприємство—це відкрита система, що розглядається в єдності з факторами внутрішнього та зовнішнього середовища
Збільшення масштабів виробництва продукції та послуг як головний фактор успіху та конкурентоспроможності	Орієнтація не на обсяг випуску, а на якість продукції та послуг, на задоволення вимог споживачів
Раціональна організація виробництва, ефективне використання всіх видів ресурсів та збільшення виробництва як головне завдання менеджменту	Ситуаційний підхід до управління, визнання важливості швидкості та адекватності реакції, що забезпечує адаптацію до умов існування фірми, за яких раціоналізація виробництва стає завданням другого порядку
Головне джерело додаткової вартості – виробниче та продуктивність його праці	Головне джерело додаткової вартості – люди, що володіють знаннями (когнітаріат)
Система управління, побудована на контролі всіх видів діяльності, функціональному розподілі праці, нормах, стандартах та правилах виконання роботи	Система управління, орієнтована на збільшення ролі організаційної культури та нововведень, мотивацію робітників і стиль керівництва

Останнім часом теоретики менеджменту, рівно ж як і бізнесмени-практики, використовують систематичний підхід до управління, розглядаючи організацію як відкриту систему в єдності її складових частин. Менеджмент включає найрізноманітніші поняття, такі як: дизайн, планування, самопозиціонування, організація, мотивація, створення корпоративної культури, вибір ефективного стилю лідерства тощо. Такий поширений, систематичний підхід особливо актуальний для міжнародних компаній.

Нова парадигма менеджменту підкреслює необхідність уваги до таких чинників, як організаційна (корпоративна) культура, демократизація управління, вибір адекватного стилю лідерства. Сучасні менеджери уважно стежать за внутрішнім середовищем організації, особливо за такими психо-соціальними аспектами, як внутрішній клімат, концепція людського ресурсу тощо. Світова практика показала, що компанії, які звертають увагу на ці аспекти нової парадигми менеджменту, стають лідерами на міжнародному ринку, що підтверджується на прикладі таких компаній, як IKEA, Hewlett Packard, Nike, Phillip Morris, Sony тощо.

Акіо Моріта – один з топ-менеджерів і творців компанії SONY – компанії, відомої не тільки своїм світовим лідерством, але і відношенням до людини як до значущого та цінного ресурсу підприємства, пише, що "...найважливіше завдання японського менеджера полягає в тому, щоб встановити нормальні відносини з працівниками, створити відношення до корпорації, як до рідної сім'ї, сформулювати розуміння того, що у робітників і менеджерів одна доля" [11]. Такий підхід передусім значно збільшує ефективність організації і її здатність вирішити проблеми в комплексному і постійно змінному зовнішньому середовищі. Творчість і мотивація людини, особливо в сучасних умовах світового бізнесу не можуть бути замінені іншою технологією або механізацією. А. Моріта підкреслює, що "...жодна теорія, програма або урядова політика не можуть зробити підприємство успішним; це можуть зробити тільки люди. ...Компанії, які досягли в країні найбільшого успіху, це ті компанії, які зуміли створити віру в єдину долю у всіх працівників і акціонерів" [11]. Формування у людей здібності до взаємодії, розвиток кваліфікацій і талантів співробітників, підвищення ефективності їх зусиль, створення атмосфери довіри тощо, часто є секретами ефективності організації.

Спрямованість на людину не обмежується тільки відношенням до працівників і клієнтів/покупців фірми. Акцентування соціальної відповідальності менеджменту як перед суспільством загалом, так і перед окремими людьми відповідно до принципів бізнес-етики, є важливими принципами нового стилю менеджменту. Простежується новий тип відносин між бізнесом і суспільством, де обидві сторони активно співпрацюють і відкрито взаємодіють. Зростає значення позитивного іміджу бізнесу, відносин з громадськістю і соціальної активності. Конфлікт (навіть прихований) між бізнесом і державою, бізнесом і суспільством – це насамперед особливість країн, що знаходяться на низькому рівні політико-економічного розвитку.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Тема розвитку світового бізнесу включає величезну кількість складних комплексних процесів. Описані нами тенденції – лише частина списку нових і актуальних феноменів в міжнародному зовнішньому середовищі бізнесу. Проте ми переконані, що глобалізація, розвиток інформаційних технологій і виникнення нової парадигми менеджменту є найвагомішими чинниками в світовій еволюції бізнесу. Ці тенденції повинні вивчатися не тільки вченими-теоретиками, але і бізнесменами-практиками, тому що знання тенденцій світового бізнесу робить можливим розроблення і впровадження адекватної стратегії компанії і сприяє ефективному пошуку шляхів розвитку бізнесу.

Сьогодні дуже актуальними є проблеми та тенденції міжнародного бізнесу у контексті інтеграції України в європейську спільноту. Отже, у наступних дослідженнях можна буде висвітлити три основні тенденції – глобалізацію, застосування інформаційних технологій та нову парадигму менеджменту чи одну з них у ракурсі європейської інтеграції економіки та суспільства України.

1. Новицький В.Є. *Міжнародна економічна діяльність України*. – Київ: КНЕУ, 2003. – 948 с.
2. Скрипкина Е. *Глобализация и ее влияние на экономику Украины // Международная научная студенческая Интернет-конференция – Студенческое научное общество ФМЕиМ КНЭУ, 2003*

<http://www.kneu.kiev.ua/ST_CONF/DOKLAD/dokl7r.html> 3. Неклесса А. Мир на краю истории, или Глобализация-2 // Ж. Москва (в рамках проекта “Глобальное сообщество: изменение социальной парадигмы”), <http://www.moskvam.ru/1999/04_99/neklessa.htm> 4. Видяпина В.И. “Бакалавр Экономики”: Хрестоматия: В 3 т. // Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова, Центр кадрового развития. Т. 2: “Триада”. – М., 1999. – 1056 с. 5. Данахер К. Глобализация. – <http://fak2000.chat.ru/globalisation.htm#2>. 6. Новицький В. Інформаційна парадигма: Зб. наукових праць. – К.: ІСЕМВ НАН України, 2004. – Вип 40. – С. 178. 7. Мартынов К. Жизнь в глобальном Мире // Жур. “Топ-Менеджер”. – 23.04.2004 – <http://www.top-manager.ru/?a=1&id=806>. 8. Кувалдин В. Глобализация – светлое будущее человечества? На пороге XXI века мегаобщество приобретает реальные очертания” // Независимая Газета. – 11.10.2000, http://scenario.ng.ru/printed/interview/2000-10-11/5_future.html. 9. Thomas Eisenmann, Charmaine Ess, Ann O’Hara, “Sendwine.com Case”, Harvard Business School // Thomas R. Eisenmann “Internet Business Models Text and Cases with Teledesic Case CD-ROM”, McGraw-Hill/Irwin McGraw-Hill/Irwin, 2002. 10. Міжнародна економічна інтеграція на початку XXI століття: Монографія / За ред. А.С. Філіпенка. – К.: Знання України, 2003. – 320 с. 11. Морита Акіо. Сделано в Японии: история фирмы “Сони”. – М.: Прогресс, 1993. – 410 с. 12. International Capital Markets, Developments, Prospects, and Key Policy Issues. – Wash.: IMF, August 2001. – P. 20, 21 13. AMR Research, “E-Business Rocks Fundamental Assumptions”, Scott Lundstrom. – Boston, 2004. 14. Управление организацией // А.Г. Поршнев, З.П. Румянцева, Н.А. Саломатин. – 2-е изд. – М., 1999.

УДК 378.3

Ю.С. Бережна, І.В. Харич

Полтавський університет споживчої кооперації України

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ СУБ’ЄКТІВ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

© Бережна Ю.С., Харич І.В., 2006

Виявлено та проаналізовано основні проблеми фінансування суб’єктів науково-технічної діяльності в Україні та визначено шляхи розвитку позабюджетного фінансування наукомісткої сфери промисловості. Досліджено світовий досвід впливу форми власності на розвиток інноваційної діяльності. Доведено необхідність розвитку системи венчурного фінансування як апробованого в світовій практиці позабюджетного шляху розвитку фінансування наукомісткої сфери промисловості.

This article substantiates the main problems of financial support of scientific and technical activity in Ukraine. The ways of nonbudget financing development of scientific and technical area of Ukraine were analyzed. The world experience of innovation development depending from property forms has been investigated. The necessity of venture financing system providing as world practice financing of industry scientific sphere in nonbudget way was proved.

Постановка проблеми і її зв’язок з важливими та практичними завданнями. Успішний розвиток сучасного суспільства значною мірою визначається ефективністю процесів впровадження результатів науково-дослідницьких робіт в нові продукти, технології, послуги. Більшість країн світу тією чи іншою мірою у своєму економічному розвитку використовують інновації. Питання полягає лише в тому, які саме інновації створюються і використовуються для розвитку, наскільки динамічним є інноваційний процес та з якими наслідками він реалізується.

Питома вага високо- та середньотехнологічних галузей промисловості України залишається набагато нижчою, ніж у розвинутих країнах Західної Європи, незважаючи на те, що у 2002–2003 рр. вперше темпи зростання машинобудування перевищили загальні темпи зростання. Проте, на жаль,