

В. П. Доценко

студ. I курсу магістратури

спеціальність «Менеджмент»

Науковий керівник: к.е.н. доц К. О. Литвиненко

СУЧАСНІ МОДЕЛІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Сучасні організації функціонують в умовах високо динамічного економічного середовища. Зростаюча конкуренція підштовхує підприємства до пошуку більш ефективних способів організаційних форм об'єднання. Командам все більше притаманна мультикультуральність, а робочим процесам – мобільність та адаптивність новим контекстним викликам. Все це актуалізує необхідність об'єднання та консолідації зусиль організації для досягнення поставленої мети.

Трансформаційні зміни формують нове розуміння форм міжнародного бізнесу під впливом дії таких чинників, як:

1. Глобалізація – універсалізація та становлення єдиних світових структур, зв'язків і відносин між соціально-економічними системами;
2. Інтенсифікація процесів інтернаціоналізації – процес розвитку стійких економічних взаємозв'язків між країнами, підвищення їх взаємозалежності шляхом збільшення руху капіталів, товарів, робочої сили;
3. Науково-технічний прогрес – розвиток та поширення нових технологій, інновацій, науково-дослідних розробок, інформатизації та широкому розповсюдженні мережі Інтернет;
4. Міжнародна конкуренція, що відображає стан ресурсно-технологічної, просторової, інституційної, соціально-когнітивної й інформаційної складових системи міжнародної економічної діяльності соціально-економічних систем;
5. Зміни в стилі споживання в різних країнах та вплив соціокультурних параметрів [1, с.122-123].

Для розуміння етапів інтерналізації корисно використовувати відому модель EPRG (етноцентризм — поліцентризм — регіоцентризм — геоцентризм), яку розробив Говард В. Перлмуттер [2, с.14-23].

Етноцентризм (Е) означає підпорядкування зарубіжних операцій внутрішнім операціям.

Поліцентризм (Р) — врахування особливостей бізнес середовища кожної приймаючої країни.

Регіоцентризм (R) — зосередження повноважень і комунікацій на регіональному рівні, який включає групу приймаючих країн — сусідів.

Геоцентризм (глобалізм) (G) — означає діяльність компанії по всьому світу шляхом розвитку співробітництва штаб-квартири з філіями для розробки стандартів і процедур, що відповідають загальним і локальним завданням фірми [2, с.14-23].

До основних форм міжнародного бізнесу належать експорт (імпорт), ліцензування, франчайзинг, управлінські контракти, контракти під ключ, спільні підприємства, зарубіжні інвестиції [3].

У практиці міжнародної підприємницької діяльності використовується також критерій інвестиційності щодо визначення форм міжнародного бізнесу. Зокрема, У. Батлер [4, с.79-86] виділяє інвестиційні (прямі та портфельні інвестиції), неінвестиційні (транскордонна спільна діяльність) та комбіновані (поєднання інвестиційних і неінвестиційних) форми. Ґрунтуючись на такому поділі, ці форми в основному реалізуються міжнародними стратегічними альянсами та транснаціональними компаніями (ТНК) [4, с.79-86].

Деякі дослідники [5, с.149-154] підкреслюють, що сучасні ТНК організовують мережеві зв'язки з невідконтрольними іноземними компаніями (з точки зору володіння капіталом), які отримали умовну назву «нові форми інвестицій ТНК», або неакціонерні форми операцій (НФО) міжнародних фірм.

«Нові форми інвестицій» – це різноманітні контрактні форми бізнесу міжнародних компаній, які передбачають субпідрядні угоди щодо постачання продукції і послуг, угоди про спільне виробництво, маркетингову, рекламну або науково-дослідницьку діяльність, управлінські, лізингові, консультаційні, інжинірингові та франчайзингові види операцій. Ці «квазіінвестиції» міжнародних корпорацій дозволяють їм розширювати свою виробничу діяльність і здійснювати глобальну експансію в сучасних умовах [5, с.149-154].

В якості інноваційних форм міжнародного бізнесу виокремлюють міжнародне ліцензування, франчайзинг, інжиніринг, аутсорсинг, субконтрактинг та офшоринг. Між цими формами бізнесу існують певні взаємозв'язки, оскільки, франчайзинг може трактуватися як різновид ліцензування; ліцензування – як складова інжинірингу; аутсорсинг – як різновид субконтрактації [6].

Таким чином, представлені форми міжнародного бізнесу орієнтовані на інтернаціоналізацію бізнесу в межах науково-технічної, виробничої та маркетингової діяльності. Трансформаційні зміни у нових формах міжнародного бізнесу виникають під впливом НТП, соціокультурних параметрів, розвитку процесів глобалізації та інтернаціоналізації, а також в залежності від типу міжнародної конкуренції.

Список використаної літератури

1. Прушківська Е. В., Третьякова К. О. *Основи розвитку новітніх форм міжнародного бізнесу в умовах глобалізації*. Economics Bulletin, 2018, №2. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2018/2/EV20182_119-125.pdf (дата звернення 3.04.2021)
2. Wind Y., Douglas S., Perlmutter H. Guidelines for Developing International Marketing Strategies. *Journal of Marketing*. Vol.37, No.2 (Apr.,1973). pp. 14-23 URL: <https://www.jstor.org/stable/1250046?seq=1> (дата звернення 11.03.2021)
3. Гриффин Р. Пастей М. *Международный бизнес*. Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. 4-е изд. СПб.: Питер, 2006. 1088 с.
4. Batler. U. E. Osnovnyye cherty rossiyskogo otkrytogo aktsionernogo obshchestva i amerikanskoy korporatsii [The main features of the Russian open joint-stock company and the American corporation] *Gosudarstvo i pravo*. 2012. № 7. P. 79–86.

5. Исмаил Б. Масштабы неакционерных операций международных предприятий. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2015. №. 3. С. 149–154.
6. Воронкова О. Н. Трансформация форм международного бизнеса в условиях развития инновационной экономики: вопросы идентификации URL: <http://www.konspekt.biz/index.php?text=4064> (дата звернення 2.04.2021)