

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський державний університет харчування та торгівлі

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

Методичні рекомендації

до самостійної роботи для здобувачів вищої освіти спеціальності

292 «Міжнародні економічні відносини»



УДК 339.56
ББК 65.59
А 66

Укладачі:

Т.В. Андросова, О.А. Кулініч, Н.М. Федоренко

Рецензент:

О.В. Жегус, д-р екон. наук, проф. кафедри маркетингу та комерційної діяльності

Кафедра міжнародної економіки та економічної теорії

Затверджено науково-методичною радою Навчально-наукового інституту економіки і фінансів ХДУХТ (протокол № 1 від 06.02.2021р.)

Схвалено вченою радою ХДУХТ (протокол № 9 від 19.02. 2021р.)

Схвалено редакційно-видавничою радою ХДУХТ (протокол № 14 від 18.02.2021р.)

Міжнародний бізнес: методичні рекомендації до самостійної роботи/
А 66 уклад.: Т.В. Андросова, О.А. Кулініч, Н.М. Федоренко – Х.: ХДУХТ.
2021. - 60 с.

УДК 339.56
ББК 65.59
А 66

© Андросова Т.В., Кулініч О. А.,
Федоренко Н. М., 2021
© Харківський державний університет
харчування та торгівлі, 2021

ЗМІСТ

Загальні методичні рекомендації	4
Зміст навчальної дисципліни	
Розділ I. Концептуальні основи зовнішнього середовища міжнародного бізнесу.....	7
Тема 1. Міжнародний бізнес в умовах глобалізації: теоретичний аспект.....	7
Тема 2. Роль культури у формуванні міжнародного бізнесу.....	10
Тема 3. Інтернаціоналізація бізнесу як базис глобалізації. Роль і місце малого і середнього бізнесу.....	14
Тема 4. Багатонаціональні компанії як ключова форма функціонування міжнародного бізнесу.....	19
Тема 5. Характеристика міжнародного середовища бізнесу та його елементів.....	21
Розділ II. Внутрішнє середовище міжнародного бізнесу.....	25
Тема 6. Види стратегій міжнародних компаній та стратегічне планування.....	25
Тема 7. Організаційні аспекти розвитку міжнародних компаній.....	28
Тема 8. Внутрішні та зовнішні компоненти формування діяльності міжнародної компанії.....	32
Тема 9. Технологічна політика міжнародних корпорацій.....	35
Тема 10. Регулювання міжнародного бізнесу.....	38
Тематика самостійної та індивідуальної роботи	44
Список використаних джерел.....	51

1. ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Актуальність дисципліни. Світова економічна інтеграція, активізація участі України у європейських та євроатлантичних процесах, зміцнення співробітництва із зарубіжними стратегічними партнерами, залучення іноземних інвестицій у економіку нашої держави потребує створення оптимальних умов для формування професійних здібностей фахівців з міжнародної економіки на рівні міжнародних вимог, забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку праці, набуття студентами знань і вмінь з міжнародного бізнесу та реалізації їх у майбутній професійній діяльності.

Метою вивчення курсу є: формування у здобувачів вищої освіти системи знань про найбільш важливі аспекти організаційних основ міжнародного бізнесу, аналізу міжнародного економічного середовища, формування в них знань у галузі нормативного та законодавчого регулювання міжнародних торгових і комерційних відносин, необхідних для подальшої успішної практичної роботи в сфері зовнішньоекономічної діяльності, а також розкрити сутність і завдання маркетингових стратегій та транспортної складової у міжнародному бізнесі.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- засвоєння здобувачами основних понять і умов здійснення сучасного міжнародного бізнесу з акцентом на їх специфіку і відмінності від вітчизняного бізнесу;
- отримання інформації про ділові операції, здійснювані багатонаціональними (або транснаціональними) корпораціями, які базуються у найбільш розвинених індустріальних країнах, що мають зрілу ринкову економіку;
- сканування зовнішнього середовища – важливої особливості міжнародного бізнесу;
- знайомство з найважливішими точками дотику держави і компаній, що вступають у сферу міжнародного бізнесу;

- вивчити фінансові критерії та інститути, які сприяють оцінці та здійсненню торгівельних угод;
- дізнатися функціональні проблеми управління міжнародною діяльністю;
- оцінити стратегічні можливості діяльності фірми на світовому ринку;
- отримання здобувачами вищої освіти знань про те, як і які події впливають на динаміку міжнародної ситуації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен знати:

- сутність, види, напрями розвитку міжнародного бізнесу;
- стратегію і структуру міжнародного бізнесу;
- основні теоретичні і практичні підходи до управління персоналом, а також маркетингової, фінансової, науково- дослідницької діяльності у сфері міжнародного бізнесу;
- соціально-економічну сутність категорії «бізнес», механізм його функціонування в світовій економіці;
- суб'єктів міжнародного бізнесу; стратегію и тактику бізнесу, його рушійні сили та інфраструктуру;
- методику розрахунків показників діяльності підприємницьких структур;
- порядок складання бізнес-плану;
- особливості діяльності міжнародних спільних підприємств та тенденції їх розвитку;
- державне регулювання підприємницьких структур;
- організаційно-правовий механізм забезпечення міжнародної торгівлі, міжнародне регулювання зовнішньої торгівлі, міжнародні банківські стандарти;
- міжнародні правила і норми конкуренції та врахування їх у діловій практиці українських господарюючих суб'єктів;
- систему міжнародної технічної допомоги й світові екологічні стандарти;

- теоретичні й практичні основи аналізу міжнародного економічного середовища, інтернаціоналізації бізнесу;

- досвід прибуткового ведення господарства в умовах економіки ринкового типу;

повинен уміти самостійно:

- розрізняти поняття «Транснаціональна компанія», «Міжнародна компанія», «Багатонаціональна компанія»;

- шляхом розрахунку та порівняння відповідних показників визначити рейтинг міжнародних компаній;

- обґрунтувати напрямки співпраці суб'єктів підприємницької діяльності;

- визначати наслідки діяльності міжнародних корпорацій для економіки приймаючих країн;

- розробляти методику розрахунків показників діяльності підприємницьких структур;

- складати бізнес-план;

- визначати сукупність заходів, які забезпечували б використання фінансів як одного з дійових важелів у реалізації економічної та соціальної політики країни;

- використовувати міжнародні стратегічні альянси, типи організацій у міжнародному бізнесі;

- визначати позитивні та негативні наслідки експорту, імпорту, зустрічної торгівлі у міжнародному бізнесі;

- застосовувати спеціальні методи дослідження для аналізу соціально-економічних процесів у сфері міжнародного бізнесу;

- самостійно оцінювати та прогнозувати можливості розвитку міжнародного бізнесу в національній економіці України.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РОЗДІЛ I. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ.



Тема 1. Міжнародний бізнес в умовах глобалізації: теоретичний аспект

План

1. Місце дисципліни «Міжнародний бізнес» в системі підготовки фахівців спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини».
2. Форми міжнародної підприємницької діяльності та організаційно-правова система бізнесу в Україні.
3. Глобалізація та чинники її впливу на поведінку міжнародних компаній.



Головні теоретичні відомості

Розвиток міжнародного бізнесу в умовах глобалізації та формування глобальної економіки зумовлюється еволюцією інтернаціоналізації, трансформацією продуктивних сил, впливом зміни середовища міжнародного бізнесу та поглиблення взаємозв'язків між національними економіками на рівні виробництва, обміну, споживання та розподілу факторів і результатів виробництва. У цілому ж тенденції змін середовища функціонування міжнародного бізнесу на різних рівнях та етапах інтернаціоналізації стають передумовою виникнення або трансформації форм міжнародного підприємництва.

Під впливом 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 відносяться:
– експорт (імпорт);

- ліцензування;
- франчайзинг;
- контракти на управління;
- проекти «під ключ»;
- спільні підприємства;
- міжнародні корпорації.

Необхідно підкреслити, що експорт є найпростішою формою міжнародного бізнесу і становить собою продаж товарів (послуг) в інші країни. Це історично перша і найпоширеніша форма міжнародного бізнесу. В сучасних умовах зовнішньоторговельні операції становлять понад 80% обсягів міжнародного бізнесу. Крім того експорт є найменш ризикованою, але й найменш прибутковою формою міжнародного бізнесу.

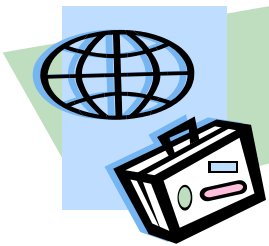
Зазначені особливості примушують учасників міжнародного бізнесу модернізувати експорт. Найпоширенішими формами такої модернізації є локальне складування і продаж, а також локальне складання і продаж.

При розгляді форм міжнародного бізнесу слід особливо наголосити, що ліцензування означає передачу прав інтелектуальної власності партнеру з іншої країни на умовах отримання певних доходів. Як інтелектуальну власність вважають винаходи, «ноу-хау», торгову марку тощо. Ця форма часто поєднується із франчайзинговими угодами.

Спільним підприємством називають такі міжнародні фірми, які мають двох або більше засновників – юридичних осіб з різних країн.

Ця форма міжнародного бізнесу широко використовувалась новими незалежними країнами для виходу на іноземні ринки. Поширені були двосторонні спільні підприємства (СП) з рівними частками капіталу – 50/50. Іноземний учасник робив свій внесок найчастіше капіталом, технологією та «ноу-хау». Місцеві засновники вносили, головним чином, приміщення, устаткування та інші матеріальні активи. Міжнародні корпорації представляють собою підприємства з прямими іноземними інвестиціями, коли зарубіжні філії є власністю компанії.

Створюючи умови для транснаціональних компаній, міжнародний бізнес, водночас, зазнає впливу змін зовнішнього (глобального) середовища. Процеси глобалізації і формування нових, глобальних, господарських зв'язків в економічних системах на мезо-, макро- і мікрорівнях, у межах яких функціонує міжнародний бізнес, впливають на рівень розвитку всіх сфер та компонентів зовнішнього середовища. Посилення глобальних трансформацій у технологічній та інноваційній сферах міжнародного бізнесу стали об'єктивними передумовами трансформації форм міжнародного бізнесу. Глобалізація та інтернаціоналізація зумовили інтеграцію суб'єктів міжнародної економіки на всіх її рівнях і формах, визначили капітал, інформацію та технологію як фактори посилення такої інтеграції для виробництва глобального продукту на глобальному ринку.



Основні поняття: *глобалізація, інтернаціоналізація, міжнародний бізнес, транснаціональна компанія, міжнародна компанія, франчайзинг, ліцензування, прями іноземні інвестиції, організаційно-правові форми підприємництва, структура капіталу, корпоративна інтеграція, спільні підприємства, інформація, технологія, інновація.*



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Що таке міжнародний бізнес? Які існують трактування терміну «міжнародний бізнес»?
2. Чим відрізняється міжнародний бізнес від внутрішнього підприємництва?
3. Які Ви знаєте основні форми міжнародної підприємницької діяльності?

4. Які форми об'єднань існують в національному та міжнародному бізнесі?
5. Яка з форм міжнародної підприємницької діяльності, на Вашу думку, є найбільш дешевим варіантом зарубіжної експансії?
6. У чому полягає відмінність франчайзингу від ліцензування?
7. Наведіть приклади міжнародних компаній, які функціонують на умовах франчайзингу. У чому вони полягають?
8. Що таке міжнародна компанія?
9. Які базові причини примушують фірми ставати глобальними?
10. В чому полягає принципова різниця між прямими і портфельними зарубіжними інвестиціями?
11. Як впливають податкові відмінності різних країн на ведення міжнародного бізнесу?
12. Що таке глобалізація?
13. Як зміни в технології вплинули на глобалізацію ринків та виробництва? Чи була б можливою глобалізація ринків та виробництва за відсутності загальних технологічних змін?
14. Як Інтернет впливає на діяльність міжнародних фірм та глобалізацію економіки?
15. Як ви розумієте «Глобалізацію ринків»?
16. Що є глобалізацією виробництва?
17. Спробуйте оцінити себе і своїх колег з погляду придатності до міжнародної бізнесової діяльності.



Тема 2. Роль культури у формуванні міжнародного бізнесу.

План

1. Кодекси поведінки в бізнесі.
2. Етичні конфлікти на макрорівні.

3. Етика та соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі.
4. Формування етики поведінки в закордонних країнах.
5. Зміни в культурі та їх вплив на практику міжнародного бізнесу.



Головні теоретичні відомості

Для сучасної етики бізнесу є пріоритетними питання корпоративної соціальної відповідальності. Думка, що фінансове благополуччя компанії найменше спонукає її до дотримання етичних норм, докорінно неправильно; саме життя та практика бізнесу наступне твердження: «Хороша етика означає хороший бізнес». І навпаки негативна реакція з боку замовників та партнерів неминуче призведе до значного зниження прибутковості компанії, а розтиражована засобами масової інформації сумнівна репутація призведе до відсутності будь-якої довіри до неї.

Етика накладає на бізнес систему обмежень, що становить собою суму морально-етичних правил і традицій, що склалися в даному суспільстві. Етика бізнесу – ділова етика, що базується на чесності, відкритості, вірності даному слову, здатності ефективно функціонувати на ринку, з відповідності чинному законодавству, встановленим правилам і традиціями.

Досвід міжнародного бізнесу підтверджує вагомість ділової етики у формуванні успіху фірми.

Міжнародний бізнес-етикет – поняття досить містке і не обмежується питаннями дотримання ділової субординації і переговорним процесом. Основними складовими міжнародного бізнес-етикету є:

1. Правила привітання.
2. Правила поведіння.
3. Правила подання.
4. Організація ділових контактів (переговорів, зустрічей, прийомів, ділового листування).
5. Ділова субординація.

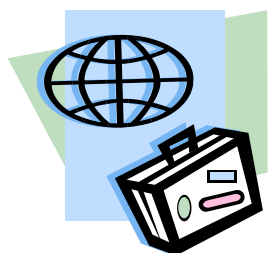
6. Рекомендації щодо формування зовнішнього вигляду ділової людини.
7. Етичні норми грошових відносин.
8. Правила обміну подарунками і сувенірами.
9. Прийнятність чайових.

Міжнародний діловий етикет багато в чому відрізняється від правил гарного поводження, прийнятими в приватній обстановці.

Культура не залишається незмінною і безперервно еволюціонує. Економічний прогрес і глобалізація є двома важливими факторами змін культури. Економічний прогрес супроводжується відмовою від колективізму на користь індивідуалізму (Японія). Глобалізація з одного боку призводить до злиття культур, а з іншого – до поглиблення національних культурних традицій (ісламський фундаменталізм, етнічні конфлікти на території колишнього СРСР та ін.). Одна із найбільш серйозних небезпек, з якими стикаються фірми, що вперше виходять на міжнародний ринок, полягає у тому, що вони можуть не володіти всією необхідною інформацією. Ведення бізнесу в іншій культурі потребує адаптації до прийнятих в цій культурі системі цінностей і норм.

Для опрацювання крос-культурної грамотності міжнародним фірмам потрібно наймати в свої зарубіжні філіали місцевих працівників, створювати штат космополітичних менеджерів і слідкувати за загрозою виникнення етноцентричної поведінки.

Система прийнятих в країні цінностей і норм може впливати на витрати ведення бізнесу в даній країні.



Основні поняття: *етноцентризм, звичаї, культура, мова, моральні устої, норми, моральні устої, релігія, суспільство, цінності, етика бізнесу, корпоративна культура, соціальна відповідальність компанії, конфлікти, економічна і соціоекономічна моделі бізнесу.*



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Що таке культура?
2. Назвіть основні характеристики культури. Які Ви знаєте головні детермінанти культури?
3. У чому полягає відмінність між звичаями і моральними устоями?
4. Що таке культурні групи (кластери) каїн?
5. Який вид релігійної течії, на переконання соціологів, має найбільший вплив на економічний розвиток?
6. Що таке активне й пасивне цільове поведження? Поясніть відмінність між ними.
7. Що таке етика?
8. Назвіть відмінність між етичним і неетичним поведженням.
9. Яку роль відіграє культура у формуванні етики поведження?
10. Як у компаніях здійснюється керування етикою поведження в закордонних каїнах?
11. Які особливості притаманні соціальній відповідальності ТНК?
12. Які існують принципи міжнародної ділової етики?
13. Як впливає національний менталітет на міжнародний бізнес- етикет?
14. У чому полягає відмінність американської та японської ділової етики?
15. Що представляє собою етноцентризм?
16. Яким чином економічний прогрес змінює культуру?



Тема 3. Інтернаціоналізація бізнесу як базис глобалізації. Роль і місце малого та середнього бізнесу.

План

1. Суть і форми інтернаціоналізації.
2. Інтернаціоналізація економік країн у світове господарство як чинник економічного зростання.
3. Інтернаціоналізація господарських відносин і глобалізація світової економіки.
4. Малі та середні підприємства (МСП) в умовах глобалізації. Перепони виходу МСП на міжнародний ринок.
5. Моделі виходу малих та середніх підприємств на міжнародний ринок. Кооперація, мережі, кластери, міжнародні стратегічні альянси.
6. Корпорація і конкурентні переваги. Об'єднання в кластери як один із засобів міжнародного розвитку МСП.
7. Міжнародний стратегічний альянс (МСА) як модель інтернаціоналізації малих та середніх підприємств. Розвиток МСА за галузями економіки.



Головні теоретичні відомості

На сучасному глобальному рівні інтернаціоналізації розвиток форм міжнародного бізнесу як сукупності ділових операцій, здійснюваних компаніями, зумовлений прагненням посилити інтеграцію національних економік у глобальний виробничий процес. Інтеграція економічних агентів виходить за межі міжнародної торгівлі та міжнародного інвестування як форм міжнародних економічних відносин в умовах глобалізації.

Слід розрізняти поняття «інтернаціоналізація виробництва», «інтернаціоналізація капіталу», «інтернаціоналізація господарського життя».

Однією з найважливіших рис інтернаціоналізації господарського життя, є міжнародний поділ праці. Основним спонукальним мотивом розвитку світогосподарських зв'язків є прагнення їх учасників отримати економічні вигоди від участі в МПП. Кожна країна намагається підвищити конкурентоспроможність своїх товарів, щоб розширити експорт, і по можливості, стримувати імпорт товарів.

Для розуміння етапів інтернаціоналізації доцільно використовувати відому модель ЕРКО (етноцентризм – поліцентризм – регіоцентризм – геоцентризм), яку розробив Говард Перлмуттер.

Етноцентризм (Е) означає підпорядкування зарубіжних операцій внутрішнім операціям.

Поліцентризм (Р) – врахування особливостей бізнесового середовища кожної приймаючої країни.

Регіоцентризм (К) – зосередження повноважень і комунікацій на регіональному рівні, який включає групу приймаючих країн-сусідів.

Геоцентризм (глобалізм) (О) – 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.

Паралельно з інтернаціоналізацією процесів на мікрорівні відбувається інтернаціоналізація макроекономічних процесів, що проявляється в міжнародній економічній інтеграції.

Інтеграція означає міцний взаємозв'язок, взаємопереплетіння національних економік і формування спільного економічного простору. Вона означає вільне переміщення між державами капіталів, товарів, робочої сили, інших ресурсів, їх використання на основі взаємоузгоджених економічних і юридичних норм.

До основних видів інтеграційних об'єднань відносять:

- зона вільної торгівлі;
- митний союз;

- спільний ринок;
- економічний союз;
- політичний союз.

У широкому розумінні міжнародну економічну інтеграцію визначають і як відносини, і як процес. В першому розумінні можна тлумачити як відсутність будь-якої форми дискримінації іноземних партнерів у кожній з національних економік. У такому плані міжнародна економічна інтеграція розглядається як найвищий розвитку міжнародних економічних відносин. Як процес інтеграція виявляється в стиранні відмінностей між економічними суб'єктами – представниками різних держав.

На мікрорівні вирізняють горизонтальну та вертикальну інтеграцію.

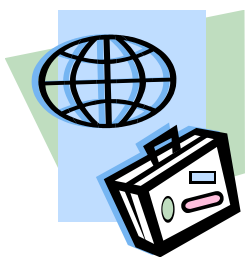
Мале та середнє підприємництво виступає локомотивом національних економік провідних країн світу. МСП мають потенціал для гнучкої адаптації до економічної ситуації в країні і зміни кон'юнктури ринку. Важливим позитивним фактором малого бізнесу є те, що він заповнює ті ніші в економіці, що нецікаві великим корпораціям, де вони не можуть використовувати свої переваги, організувавши великомасштабне виробництво. Насамперед – сфери попиту на персоніфіковані некапіталомісткі товари і послуги, орієнтовані на індивідуального споживача.

Прийнято виділяти три групи мотивів інтернаціоналізації бізнесу малих та середніх підприємств. Перша група факторів пов'язана із мотивами до зростання компанії. Друга пов'язана із мотивами, обумовленими інтелектуальними активами, наявність яких, з однієї сторони, «штовхає» фірми на міжнародний ринок, тоді як їх пошук, з іншої сторони, – «втягує» компанії в нього. На міжнародні ринки фірму «виштовхують» такі чинники, як попередній досвід керівництва в міжнародному бізнесі та інші здібності менеджменту. Третя група мотивів інтернаціоналізації пов'язана із виробничими (ланцюги поставок) та соціальними мережевими мотивами.

Чинники, які сприяють інтенсифікації процесів виходу малого і середнього підприємництва на міжнародний ринок можна поділити на

об'єктивні передумови, що склалися на місцевому або світовому ринку, та суб'єктивні мотиви, якими керуються підприємства малих форм власності виходячи із умов, що склалися. У свою чергу об'єктивні передумови можна поділити на ті, що зумовлені активізацією процесів глобалізації та інші.

Для МСП вихід на міжнародний ринок передбачає зовсім інший формат та підхід, оскільки потребує тривалої та дорогої перебудови підприємства, а згодом і великих транзакційних витрат на підтримку міжнародної діяльності. Так, більше, ніж 50 % малих і середніх підприємств ЄС вказують, що найбільш значущою перешкодою на шляху до інтернаціоналізації їх бізнесу труднощі полягають у тому, щоб знайти надійного закордонного партнера. Тут дається ознаки обмеженість ресурсів малого або середнього підприємства.



Основні поняття: *інтернаціоналізація, глобалізація, інтернаціоналізація виробництва, інтернаціоналізація господарського життя, інтернаціоналізація капіталу, міжнародна економічна інтеграція, міжнародний поділ праці, малі і середні підприємства (МСП), інтернаціоналізація діяльності, зростання компанії, інтелектуальні активи, мережі, фактори підвищення конкурентоспроможності, інтернаціоналізація МСП, інтелектуальна власність МСП, джерела фінансування МСП.*



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. У чому полягає зв'язок між інтернаціоналізацією господарських відносин і глобалізацією світової економіки?
2. Що таке міжнародна економічна інтеграція?
3. В чому полягає природа, причини та особливості сучасного міжнародного інтеграційного процесу.

4. Назвіть концептуальні засади міжнародної економічної інтеграції.
5. Які існують форми, стадії та механізми міжнародної економічної інтеграції.
6. Охарактеризуйте економічні наслідки міжнародної інтеграції, їх вплив на міжнародний бізнес.
7. Що представляє собою процес інтернаціоналізації?
8. Чим відрізняється інтернаціоналізація виробництва від інтернаціоналізації капіталу?
9. Які Вам відомі рівні інтернаціоналізації? Охарактеризуйте їх.
10. Які Ви знаєте напрями розвитку міжнародного поділу праці?
11. Яке Ви знаєте найбільш розвинуте інтеграційне угруповання у світі? Відповідь обґрунтуйте.
12. Як, на Вашу думку, процес регіональної економічної інтеграції впливає на розвиток міжнародного бізнесу?
13. З якими труднощами стикаються малі та середні підприємства які виходять на міжнародний ринок?
14. Які існують моделі виходу МСП у глобальне економічне середовище?
15. Яким чином різні види об'єднань допомагають включенню МСП у міжнародний бізнес?
16. У чому полягає роль бізнес-інкубаторів у розвитку міжнародного малого бізнесу?
17. Які основні проблеми малого та середнього бізнесу існують на сьогоднішній день? Які шляхи їх вирішення застосовують в розвинених країнах світу?



Тема 4. Багатонаціональні компанії як ключова форма функціонування міжнародного бізнесу.

План

1. Економічна природа багатонаціональних корпорацій.
2. Цілі багатонаціональних корпорацій.
3. Сучасні трансформації розвитку транснаціональних підприємств.



Головні теоретичні відомості

Інтеграційні процеси на регіональному, міждержавному рівні поступово призводять до послаблення значущості окремих національних економік. З іншого боку, глобалізація викликала нові стратегічні підходи в багатьох галузях.

Одночасно потужний імпульс розвитку отримує інтеграційна господарська діяльність на рівні компаній: усе зростаючий рівень міжнародної конкуренції змушує компанії шукати шляхи об'єднання потенціалів і співпраці в боротьбі за виживання або ринкове лідерство. Встановлення ділових партнерських стосунків між компаніями різних країн і створення ділових структур різної міри інтегрованості – одна з найпоширеніших організаційних стратегій в останні десятиліття.

Для сучасного рівня розвитку всесвітнього господарства характерна інтернаціоналізація економіки, причому значною мірою на мікрорівні, тобто на рівні підприємств. Розширюються обсяги зарубіжних операцій фірм, і передусім їх прями зарубіжні інвестиції.

Міжнародні корпорації, що об'єднують національні компанії ряду держав на виробничій і науково-технічній основі – є прикладом багатонаціональної компанії (БНК). Іншими словами, це компанії, які здійснюють міжнародний

бізнес, розміщуючи свої підрозділи в різних країнах світу з метою найкращого обслуговування ринків, підвищення ефективності, конкурентоспроможності і ефективного доступу до ресурсів і чинників виробництва, зниження ризиків.

Цільова орієнтація фірми, що вирішила виходити в міжнародний бізнес, зосереджується в трьох основних напрямках:

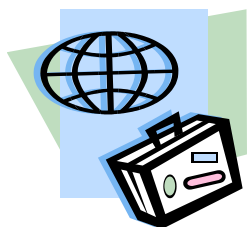
- 1) пошук і освоєння нових ринків;
- 2) пошук і використання ефективних ресурсів;
- 3) використання можливостей, що відкриваються для бізнесу у межах даної країни /або міждержавного середовища.

Зростання і розвиток міжнародного бізнесу викликані дією ряду взаємовпливаючих чинників, що призводять до глобалізації виробництва і маркетингу.

Новий міжнародний розподіл праці є таким розподілом, при якому одні регіони світу спеціалізуються на низькооплачуваних, рутинних виробничих операціях, а інші – на тій стороні виробничого процесу, яка пов'язана з високою економічною віддачею. Отже, за рахунок міжнародної інтеграції компанії досягають різноманітні цілі.

Підприємство бізнесу, яке здійснює виробничу діяльність у двох або більше країнах – транснаціональне. Важливими тенденціями у розвитку ТНП стало:

- зростання чисельності неамериканських ТНП;
- поява міні-ТНП.



Основні поняття: багатонаціональні корпорації (БНК), транснаціональне підприємство, глобалізація виробництва, міжнародна інтеграція компанії, інформаційні і технологічні ресурси, підвищення ефективності підприємств, поліцентричний і регіоцентричний типи мультинаціональних корпорацій, трансформації розвитку ТНП, тенденції розвитку ТНП, міні-ТНП.



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Що таке багатонаціональні корпорації?
2. Які Вам відомі принципи організації багатонаціональних корпорацій?
3. Які основні цілі переслідують багатонаціональні корпорації у своїй діяльності?
4. Які Ви знаєте ключові особливості багатонаціональних корпорацій, що відрізняють цю форму організації міжнародного бізнесу від інших?
5. Які Вам відомі типи взаємин материнської і дочірніх компаній у рамках мультинаціональних корпорацій?
6. Чому в останні десятиліття стрімко зростає кількість неамериканських ТНП? Відповідь обґрунтуйте.
7. Які Ви знаєте сучасні тенденції розвитку ТНП?
8. Чому в останнє десятиріччя активно збільшується чисельність міні-ТНП у світовій економіці?



Тема 5. Характеристика міжнародного середовища бізнесу та його елементів.

План

1. Міжнародна корпорація і зовнішнє середовище. Основні елементи зовнішнього середовища міжнародного бізнесу.
2. Особливості аналізу зовнішнього середовища міжнародного бізнесу.
3. Економічний сектор міжнародного середовища. Постачальники ресурсів. Конкуренти.
4. Технологічний сектор зовнішнього середовища.
5. Вплив національних культур.
6. Політичний сектор зовнішнього середовища.



Головні теоретичні відомості

Середовище діяльності міжнародних корпорацій – це сукупність різноманітних відносин і інтересів різних груп і організацій, які складаються у всіх країнах, де корпорація здійснює свої ділові операції. Основні, необхідні для розуміння міжнародного бізнес-середовища, фактори можуть бути згруповані у три великі групи.

Економічне середовище – це сукупність економічних умов у країні, в якій організація здійснює свої операції. Воно включає в себе такі фактори, як: загальний рівень економічного розвитку, рівень заробітної плати і доходів населення, транспортне сполучення, курси валют, рівень інфляції і ставки банківських відсотків, ставки оподаткування, особливості конкурентної боротьби, кількість і якість природних ресурсів тощо. Так, наприклад, перебої з постачанням електроенергії в Україні спричиняють труднощі з комунікаціями, порушують ритм роботи підприємств, можуть стати причиною значних збитків через порушення технології виготовлення продукції. Тому іноземні компанії намагаються працювати у таких регіонах, де від'єднання від енергозабезпечення є в окремих випадках або ж вимушені встановлювати автономні енергоустановки, що призводить до збільшення загальних витрат на ведення бізнесу. Погані транспортні комунікації також ускладнюють просування капіталу країні.

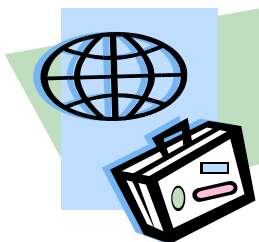
Законодавчо-політичне середовище. Воно зумовлює більшу або меншу міру ризику, який супроводжує ведення бізнесу в іншій країні. В різних країнах діють різні закони і обмеження, що може робити торгівлю досить проблематичною або не вигідною. Різні країни можуть захищати своїх виробників митними тарифами, квотами, системою податків. Тероризм, політична нестабільність також збільшують ризик ведення бізнесу.

Соціокультурне середовище. Культура – це пануюча в суспільстві система цінностей, вірувань та життєвих установок, яка поділяється всіма членами цього суспільства. Вона впливає на стиль повсякденного життя і

преференції споживачів, ділову поведінку партнерів тощо. Відмінності в культурі особливо помітні при переході зі східних до західних регіонів, із країн, де провідною релігією є мусульманство до країн із протестантською етикою. Домінуючі в суспільстві цінності багато в чому визначають функціонування організації і панівний у ній стиль управління. Проникнення іноземних компаній на ринок України відбувалося із значними труднощами, оскільки доводилось багато уваги приділяти навчанню місцевих працівників новим методам роботи, які ґрунтуються на індивідуальних результатах та високій відповідальності, вмінні самостійно приймати рішення, не консультуючись постійно із безпосереднім керівником. Незважаючи на досить високий загальний рівень освіченості українських працівників, ринкова психологія у більшості із них була відсутня, що вимагало від іноземних фірм вкладення коштів у різні тренінги.

Ефективне управління на міжнародному рівні передбачає, що менеджер добре орієнтується у власних культурних цінностях. І тільки після цього він отримує можливість правильно інтерпретувати культуру країни, в якій йому доведеться працювати, поважаючи її релігію, традиції, мову.

Отже, якщо бізнес має перспективи для розвитку в інших країнах, слід до цього готуватися заздалегідь, розробляючи стратегію проникнення на нові ринки з урахуванням ключових факторів відповідного ринкового середовища. З надходженням нової інформації і зміною обставин необхідно своєчасно внести поправки у розроблену стратегію, контролюючи рівень ризику і використовуючи засоби його мінімізації.



Основні поняття: *зовнішнє середовище, економічні фактори, технологічний сектор, політичні фактори, соціокультурні фактори, національна культура.*



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Що таке зовнішнє середовище організації і на які дві групи воно поділяється?
2. Опишіть стан зовнішнього середовища організації за його характеристиками.
3. Вкажіть, які елементи зовнішнього середовища безпосередньо впливають на діяльність комерційного підприємства. Чи однакові вони за силою дії для комерційних підприємств та бюджетних установ?
4. Що таке контактні аудиторії і яким чином вони можуть впливати на діяльність, зокрема, виробничого підприємства? Освітнього закладу (школи, ЗВО)?
5. Які чинники зовнішнього середовища можуть опосередковано впливати на діяльність організації? Чи однаковою мірою вони впливають на діяльність фірм, що належать до однієї галузі? Різних галузей?
6. Яким чином впливають науково-технологічні фактори на діяльність підприємств виробничої та невиробничої сфери?
7. На які чинники зовнішнього середовища слід звертати особливу увагу при виході на міжнародні ринки?



Тема 6. Види стратегій міжнародних компаній та стратегічне планування.

План

1. Стратегія та координація у міжнародному бізнесі. Передумови формування стратегії міжнародних фірм.
2. Стратегічні рішення відносно міжнародної діяльності. Організація стратегічного планування в міжнародній фірмі, передумови формування стратегії міжнародних фірм.
3. Види міжнародних стратегій. Алгоритми стратегічного планування.
4. Корпоративні стратегії розвитку. Корпоративні стратегії здійснення закордонних операцій. Практика розробки і реалізації стратегічних планів багатонаціональних компаній (БНК).



Головні теоретичні відомості

Міжнародна стратегія фірми – це узагальнений опис скоординованих дій щодо визначення основного напрямку діяльності міжнародної організації, її місця в МПП та шляхів реалізації всього комплексу її міжнародних цілей. Необхідність стратегії в міжнародному менеджменті полягає в наступному:

- 1) Визначення і утримання основного напрямку розвитку компанії в умовах диверсифікації міжнародних операцій.
- 2) Потреба координації та інтеграції різноманітних операцій в масштабах корпорації.
- 3) Посилення позицій у конкурентній боротьбі.

Переваги стратегічного планування:

- ✓ Координація і моніторинг довготривалих міжнародних операцій.

✓ Детальне комплексне опрацювання проблем, пов'язаних з політичними ризиками, конкурентами, стабільністю валютних курсів і т. п.

Найскладнішою проблемою в розробці стратегії для МНК є наступне: як поєднати необхідність глибокого і детального знання великої кількості особливостей, необхідних для успішного ведення бізнесу на певній національній території, з вимогами спільності та одноманітності, властивими глобальній корпоративній стратегії, що задає загальні рамки і напрямки міжнародних операцій компанії. Відповідь на це питання в кожному конкретному випадку значною мірою залежить від стратегічної орієнтації фірми.

Механізм розробки планів міжнародного менеджменту має певну структуру, що складається з шести блоків.

I. Вибір для планування конкретних довгострокових цілей, які знаходяться в стратегії (одні головні цілі, а інші необхідно виконати пізніше, ПП - якість).

II. Аналіз внутрішніх можливостей фірми:

- фінансові ресурси;
- трудові;
- виробничі;
- вплив сфери на ЗЕД суб'єкта ЗЕД.

III. Конкретні цілі фірми на міжнародних ринках:

- зі збуту експортної продукції;
- з витрат експортного виробництва (зниження прямих витрат);
- зі зниження рівня ризику суб'єкта МЕН (придбання дефіцитних продуктів, диверсифікація виробництва).

IV. Аналіз місцевих умов у країнах-реципієнтах, де вже освоєно або починається освоєння експортного виробництва:

- оцінка виробничих ресурсів;
- оцінка трудових ресурсів;
- фінансові фактори розвитку експортного виробництва (врахувати

методи оцінки, звітність, їх співпадання і різниця, оподаткування);

- маркетингові фактори розвитку експортного виробництва (вартість інформації про ринки збуту).

V. Вибір альтернатив складання плану виходячи з аналізу факторів, приведених у 3 і 4 блоках:

- розміщення виробничих потужностей;

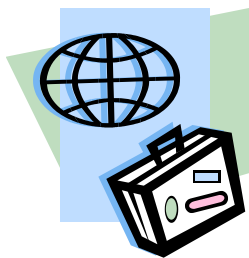
- розподіл збуту;

- можливості і перспективи переміщення факторів виробництва (капітал, праця);

- плани придбання інших компаній, підрозділів, філіалів;

- розміщення альтернатив у порядку пріоритетів фірми.

VI. Реалізація виробленої продукції чи послуг.



Основні поняття: *стратегія, крива досвіду, ефект навчання, міжнародна стратегія фірми, економія від ефекту масштабу, стратегічний профіль, стадії планування, матриця БКГ, елементи стратегії, варіанти вибору стратегії, місія корпорації, цілі корпорації, SPOT-аналіз, модель п'яти сил конкуренції по М. Портеру, модель "Мак-Кінсі 7С", метод портфельного аналізу.*



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Дайте визначення міжнародній стратегії фірми.
2. Коли виникає необхідність для організації розробляти міжнародний варіант стратегічного розвитку. Назвіть причини.
3. Які чинники формують стратегічний профіль підприємства?
4. Які Ви знаєте типові труднощі міжнародних стратегій?

5. Назвіть джерела отримання конкурентних переваг, які недоступні для компаній, що діють тільки в своїй країні.
6. Які Вам відомі основні області вироблення стратегії поведінки фірми на ринку за М. Портером?
7. Що представляє собою економія від ефекту масштабу?
8. У чому полягає необхідність стратегічного планування в сучасних міжнародних компаніях?
9. Які існують види стратегічних орієнтацій міжнародних компаній? Які з них базові?
10. Чим відрізняється стратегія глобальної стандартизації від транснаціональної?
11. Які види базових стратегій є більш виправданими для міжнародної фірми у випадку посилення конкуренції на зовнішньому ринку? Відповідь обґрунтуйте.
12. Що представляють собою стратегії концентрованого зростання міжнародних компаній?
13. Які Ви знаєте стратегії диверсифікованого зростання?
14. Перелічіть джерела інформації, якими користуються менеджери для планування і розробки стратегії.



Тема 7. Організаційні аспекти розвитку міжнародних компаній.

План

1. Організаційна структура та її види у міжнародному бізнесі.
2. Вертикальна диференціація. Аргументи на користь централізації чи децентралізації.
3. Горизонтальна диференціація. Міжнародний поділ. Структури товарного підрозділу в світовому масштабі.
4. Механізм інтеграції. Перешкоди на шляху координації. Формальні і

неформальні механізми інтеграції.

5. Система контролю і стимули в міжнародному бізнесі.

6. Синтез: стратегія та структура. Мультиринкові фірми.

7. Міжнародні фірми. Глобальні фірми. Середовище, стратегія, структура та результативність.



Головні теоретичні відомості

На початку самостійного опанування теми насамперед необхідно усвідомити сутність організаційного чинника в міжнародному бізнесі. Організаційний фактор включає: структури управління, взаємозв'язки між різними їх ланками і працівниками, розподіл функцій і влади, встановлення повноважень і відповідальності кожного співробітника.

Особливості організаційного чинника в міжнародному менеджменті:

- природа зарубіжного бізнесу;
- утворення закордонних відділень;
- керівництво зарубіжними відділеннями;
- взаємодія локальних ринків і компаній;
- часові і географічні особливості;
- взаємозалежність структур і персоналу.

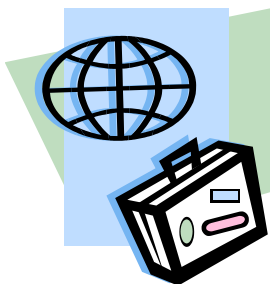
Основне місце під час вивчення першого питання теми належить організаційним структурам управління міжнародних корпорацій.

Під організаційною структурою розуміють формальний поділ організації на структурні підрозділи, такі як товарні підрозділи, національні філіали і функції.

Коли підрозділи фірми всередині країни і за кордоном діють відокремлено, підприємець позбавлений можливості надати глобальну орієнтацію своїй діловій активності. Тому виникає необхідність у глобальній структурі, що дозволяє приймати глобальні рішення.

Після розгляду різних типів організаційних структур управління міжнародними корпораціями важливо зрозуміти сутність і механізми координації та інтеграції діяльності підрозділів цих компаній. При цьому базовими категоріями виступають вертикальна і горизонтальна диференціації. Вертикальна диференціація означає розподіл повноважень щодо прийняття рішень у межах ієрархії між різними рівнями управління міжнародною компанією від найвищого (президент і виконавчі директори) до найнижчого (бригадири і майстри в багатьох країнах). Ця диференціація є об'єктивною і породжує проблему співвідношення між централізацією і децентралізацією у прийнятті управлінських рішень.

Горизонтальна диференціація означає поділ організації на підрозділи (філії, департаменти, відділи та ін.) за функціональним, продуктовим, географічним чи змішаним принципами і тягне за собою відносне відокремлення в корпорації бізнес-процесів, ресурсів, персоналу і т. ін. Звичайно, вертикальна і горизонтальна диференціації пов'язані між собою. Якщо, наприклад, корпорація як головний підрозділ має зарубіжні продуктові філії (стратегічні одиниці бізнесу), то і розподіл повноважень має бути на користь керівництва цих одиниць.



Основні поняття: *контроль результатів, глобальна структура, міжнародна організаційна структура, стимули, мультинаціональна матрична структура, організаційне проектування, фінансово-промислова група.*



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Що таке організаційна структура?
2. У чому полягає значення організаційного

чинника для ТНК?

3. Як Ви розумієте горизонтальну диференціацію міжнародної фірми?

Відповідь обґрунтуйте.

4. Які переваги і недоліки притаманні дивізійним структурам?

5. За яких умов є виправданим застосування міжнародною фірмою глобальної товарної дивізійної структури?

6. Які види систем контролю використовують транснаціональні фірми?

7. У міжнародній компанії, що дотримується глобальної стратегії, якими є взаємозалежність, неясність результатів і витрати контролю? Відповідь обґрунтуйте.

8. Що становлять собою структури на основі стратегічних одиниць бізнесу?

9. У чому відмінність традиційних і нетрадиційних форм організації міжнародних операцій?

10. Якою є потреба у координації в міжнародних компаніях, що дотримуються транснаціональної стратегії?

11. Якою є вертикальна диференціація компанії, що дотримується міжнародної стратегії?

12. Якою є горизонтальна диференціація міжнародної фірми, що обрала стратегію локалізації? Відповідь обґрунтуйте.

13. Як відбувається злиття міжнародних компаній?

14. У чому сильні і слабкі сторони спільних підприємств?

15. Що становлять собою японські кейрецу?

16. Для чого проводиться порівняльний аналіз західних і східних організацій?

17. Що являють собою інтегровані структури міжнародного бізнесу?

18. Які особливості притаманні організації міжнародних операцій українських фірм?



Тема 8. Внутрішні та зовнішні компоненти формування діяльності міжнародної компанії

План

1. Стратегії виробництва у міжнародному бізнесі.
2. Аутсорсинг міжнародних компаній.
3. Управління глобальною системою постачання фірми.



Головні теоретичні відомості

Загальний ланцюг створення цінності включає наступні види діяльності: виробництво, маркетинг, логістика, управління людськими ресурсами.

У міжнародній фірмі функції виробництва і логістики мають декілька важливих стратегічних цілей: зниження витрат; підвищення якості товару за рахунок виключення появи браку у ланцюгу поставок і у виробничому процесі.

Найважливіше рішення, яке має прийняти міжнародна фірма, полягає у виборі такого місця здійснення виробничої діяльності, яке б дозволило мінімізувати витрати і підвищити якість товару. Для цього потрібно врахувати декілька факторів: 1) фактори, що відображають особливості країни; 2) технологічні фактори; 3) товарні фактори.

Стратегії вибору місця передбачають або концентрацію, або децентралізацію виробництва.

Для багатьох міжнародних фірм велике значення має наступне питання: які компоненти виробляти власними силами, а які закуповувати у незалежних постачальників? Виробництво компонентів власними силами полегшує інвестиції у спеціалізовані активи і допомагає фірмі захистити власну технологію. Воно також може покращити узгодження термінів виконання суміжних етапів у ланцюгу створення цінності (вертикальна інтеграція). Крім того, внутрішнє виробництво має сенс, коли у фірми є ефективна і низьковитратна технологія.

Закупівля компонентів у незалежних постачальників підвищує стратегічну гнучкість фірми і допомагає уникнути організаційних проблем, що асоціюються із масштабною вертикальною інтеграцією. Аутсорсинг може також застосовуватись як одна із складників політики «компенсацій» спрямованої на отримання більшої кількості замовлень для фірми в зарубіжній країні за рахунок передачі в цю країну деяких виробничих робіт за договором підряду.

Іноді фірми намагаються отримати вигоди від вертикальної інтеграції та уникнути організаційних проблем шляхом укладання довготермінових стратегічних альянсів із ключовими постачальниками.

Хоча альянси із постачальниками можуть принести фірмі вигоди вертикальної інтеграції без втрати вигоди від ринкових відносин, альянси мають свої недоліки. Фірма, яка вступає у стратегічний альянс, може обмежити свою стратегічну гнучкість в результаті прийняття на себе зобов'язань перед партнером по альянсу.

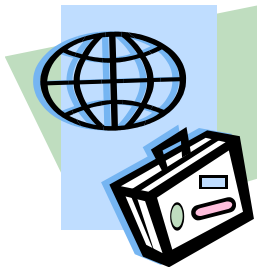
Логістика охоплює різні види діяльності, які необхідні для доставки вхідних матеріалів від постачальника на виробниче підприємство, для здійснення виробничого процесу і для просування готового товару через систему дистрибуції до кінцевого споживача. В міжнародній фірмі здійснення функції логістики ускладнюються великими відстанями, відмінностями у часових поясах, коливаннями валютних курсів, наявністю митних бар'єрів тощо.

Система управління запасами «саме вчасно» (Just in time) забезпечує велику економію витрат за рахунок їх скорочення на створення і зберігання запасів та виключення необхідності списання надлишкових запасів (основна ідея «саме вчасно» (JIT) – економія витрат на зберігання запасів за рахунок доставки вхідних матеріалів на завод точно до моменту їх використання у виробничому процесі; значна економія витрат досягається за рахунок підвищення оборотності запасів).

Крім того, система JIT допомагає фірмі своєчасно виявляти дефектні

деталі і швидко виключати їх із виробничого процесу, підвищуючи якість готових виробів.

Інформаційні технології, безпосередньо системи електронного обміну даними (EDI) через Інтернет, відіграють важливу роль в управлінні матеріальними запасами. EDI спрощує відслідковування надходження вхідних матеріалів, дозволяючи фірмі оптимізувати свій виробничий графік, забезпечуючи фірмі та її постачальникам можливість здійснювати комунікації в режимі реального часу і переходити на електронний документообіг у відносинах фірми із постачальниками.



***Основні поняття:** виробництво, управління глобальною системою постачання, логістика, аутсорсинг міжнародних компаній, міжнародний маркетинг, управління людськими ресурсами, стратегія місця виробництва, децентралізація, концентрування, стратегічний альянс.*



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Які стратегічні цілі у міжнародних компаніях переслідують функції виробництва і логістики?
2. На які групи факторів слід звернути увагу компанії, що планує відкрити виробництво за кордоном?
3. Що представляють собою технологічні фактори при виборі оптимального розташування виробництва за кордоном?
4. Якими мають бути торгові бар'єри, щоб фірма обрала стратегію децентралізації виробництва за кордоном?
5. Яким має бути відношення цінності продукту до його ваги, щоб фірма обрала стратегію концентрації виробництва у міжнародній експансії?

6. Яким має бути валютний курс, щоб міжнародна компанія обрала стратегію децентралізації виробництва?

7. Яку роль відіграє аутсорсинг в практиці міжнародного бізнесу? Відповідь обґрунтуйте.

8. Що предсталавляє собою система управління запасами «саме вчасно» (JIT)?



Тема 9. Технологічна політика міжнародних корпорацій

План

1. Сутність і тип технологічної політики в міжнародному бізнесі. Особливості сучасного технологічного розвитку.

2. Інтернаціоналізація технологічної політики.

3. Характеристика міжнародного ринку технологій.

4. Форми технологічного трансферу.

5. Планування міжнародних НДДКР. Організація процесу реалізації НДДКР.



Головні теоретичні відомості

Приставаючи до вивчення теми, важливо звернути увагу на те, що утримання своїх позицій на міжнародних ринках транснаціональними корпораціями неможливе без впровадження нових технологій, спрямованих на розвиток їх конкурентних переваг як у напрямі зменшення витрат, так і в напрямі збільшення асортименту продукції, послуг. Лінійне керівництво компаніями не завжди забезпечує розроблення та ефективну реалізацію належної технологічної політики. Адже управління науково-технічним розвитком міжнародних корпорацій не існує окремо від менеджменту, а повинно «вбудовуватись» у всі

його функції, починаючи зі стратегії і закінчуючи контролем. Це може виявитись нелегкою справою, якщо компанія орієнтована на отримання короткострокових результатів, а бухгалтерська звітність ведеться заради виявлення квартальних прибутків.

У результаті міжнародної передачі технологій виграють як продавці, так і покупці. Продавці отримують винагороду, а покупці отримують нову технологію, за рахунок якої можуть досягти певної економії засобів та часу порівняно із самостійною розробкою технології; ліквідувати технічну відсталість у певних галузях діяльності; досягти підвищення конкурентоспроможності продукції, що виробляється за придбаною технологією, та збільшити її експорт.

Міжнародний ринок технологій – це обмін технологіями, науково-технічними знаннями між ринковими суб'єктами. Міжнародний науково-технічний обмін включає в себе, окрім купівлі-продажу готових товарів і устаткування для їхнього виробництва, отримання ліцензій на передові техніку і технології, наймання висококваліфікованих іноземних учених і фахівців тощо.

Технології як факторові виробництва притаманна висока міжнародна мобільність. Досвід свідчить, що витрати на передачу технологій всередині країни є меншими, ніж на передачу технологій іноземним фірмам. У зв'язку з цим потрібно було б очікувати, що обсяг внутрішнього технологічного обміну буде більше за міжнародний. Проте на практиці ми спостерігаємо прямо протилежне. Причинами такого явища є:

- менші бар'єри та обмеження на шляху передачі технологій порівняно з переміщенням товарів та капіталу;
- багатонаціональні корпорації віддають перевагу передачі технологічних знань своїм зарубіжним філіям та дочірнім компаніям, а не незалежним фірмам, в тому числі вітчизняним. Це пояснюється бажанням утримати монополієне право на використання технології;
- зазвичай зовнішні ринки є більш місткими, ніж внутрішні;
- передача технологій за кордон супроводжується додатковими

поставками сировини, устаткування, напівфабрикатів і т. п., що дає можливість продавцеві технологій збільшити випуск товарів на експорт;

- часто лише шляхом передачі технологій за кордон компанія може отримати необхідну їй технологію, якою володіє партнер.



Основні поняття: міжнародний науково-технологічний обмін, технологія, імпорту технологій, нормативно-правова база функціонування міжнародного обміну технологій, науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Що таке інтернаціоналізація технологічної політики?
2. Які цілі технологічної політики ТНК?
3. Які складові міжнародного ринку технологій?
4. Які особливості притаманні розвитку сучасних технологій?
5. У який спосіб організовано сучасний міжнародний ринок технологій?
6. Які фактори впливають на форми співробітництва у сфері новітніх технологій?
7. Як саме фінансуються науково-технічні розробки?
8. Які типи міжнародних організацій діють у сфері науково-технічного прогресу?
9. Як пов'язана національна науково-технічна політика з розвитком новітніх технологій на світових ринках?
10. Які перспективи має Україна на світовому ринку новітніх технологій?



Тема 10. Регулювання міжнародного бізнесу

План

1. Основні правові системи, їх характеристика.
2. Внутрішньокраїнові закони, що впливають на стан міжнародного бізнесу.
3. Способи розв'язування конфліктів у міжнародному бізнесі.
4. Специфіка ринку інтелектуальної власності.



Головні теоретичні відомості

Правові системи різних держав істотно відрізняються, що є результатом впливу історичного, культурного, політичного і релігійного факторів

Отримання доступу до правових систем також має свою специфіку в різних країнах. Відмінності між правовими системами різних країн можуть проявлятися і в самому процесі застосування норм права.

Загальне право. Ще одна загальноприйнята форма правової системи, громадське право (civil law), що ґрунтується на кодифікації, або детальному перерахуванні дій, які дозволяється і не дозволяється здійснювати. Релігійне право (religious law) засновано на офіційно встановлених правилах віросповідання і релігійних вчень. Форма державного правління, за якої громадянська і кримінальна поведінка громадян регулюється релігійним правом, називається теократією (theocracy).

Бюрократичне право. Правову систему в комуністичних і диктаторських країнах часто називають бюрократичною правом. Сутність бюрократичного права (bureaucratic law) полягає в тому, що дії і вказівки бюрократів мають силу закону незалежно від того, яке формальне право прийнято в країні.

Закони країни, де діє міжнародна компанія, мають найважливіше значення для формування можливостей ведення бізнесу, доступних для цієї компанії. Закони, орієнтовані на внутрішній ринок країни, можуть також

вплинути на практику ведення бізнесу, прийняту в компаніях, що діють за межами державних кордонів цієї країни. У багатьох випадках компанії, продукція яких призначена для реалізації на зовнішньому ринку, вносять зміни у технологію виробництва, щоб привести цю продукцію у відповідність з нормативами країн-імпортерів, навіть якщо операції, що виконуються компанією, повністю відповідають вітчизняному законодавству. Деякі національні закони призначені безпосередньо для регулювання міжнародної ділової активності.

Одна країна може схилити іншу до внесення змін у несприятливу для неї політику за допомогою введення санкцій або обмежень на ведення торгівлі. Санкції можуть приймати різні форми, наприклад, форму обмеження доступу до високотехнологічних товарів, анулювання пільгового тарифного договору, бойкотування товарів країни, а також відмови у видачі нових кредитів. Найбільш жорсткою формою санкцій є *ембарго*. Обмеження експорту високотехнологічних товарів є особливо важливу різновид санкцій. Багато технологічно розвинені країни здійснюють контроль над експортом продуктів подвійного призначення, які можуть бути використані як в цивільних, так і у військових цілях. Різні країни можуть також використовувати в своїй практиці регулювання ділових операцій, які здійснюються за їх межами; така практика з-весна під назвою «екстериторіальність». Наприклад, компанії, які за межами США вживають заходи, що призводять до зниження конкуренції на американському ринку, можуть стати об'єктом антимонопольного розгляду.

Закон Хелмса-Бертон (Helms-Burton Act) – це, можливо, самий суперечливий випадок екстериторіальності, який стосується ведення міжнародної підприємницької діяльності в сучасних умовах. Цей закон спрямований проти міжнародних компаній, які торгують майном або мають вигоди з використання майна американських компаній, яке було конфісковано кубинським урядом після того, як в 1959 р. Фідель Кастро захопив владу в країні.

Закони, спрямовані проти іноземних компаній. У деяких випадках в різних країнах приймаються закони, які спрямовані проти компаній, що належать іноземним власникам. Питання власності - це сфера, що вимагає особливої турботи. У більшості країн світу триває полеміка між лівими і правими політичними партіями щодо рівноваги між державним регулюванням економіки та використанням ринкових факторів для розподілу ресурсів. Коли уряд країни, на території якої діє компанія, компенсує власникам приватної власності їх втрати в зв'язку з націоналізацією, така передача права власності називається *експропріацією*. Коли уряд приймаючої країни не надає ніякої кому компенсації, така передача права власності називається *конфіскацією*. Уряди більшості країн, в тому числі уряд США, визнають право уряду іншої країни санкціонувати передачу приватній власності, яка перебуває на території цієї країни, в державний сектор. З іншого боку, уряди іноземних держав розраховують на те, що їх піддані отримають відповідну компенсацію за втрачену власність. Наприклад, після 1973р. багато арабських нафтовидобувних країн націоналізували власність західних нафтових компаній. Проте, ці країни запропонували західним фірмам комплекс компенсаційних заходів, таких як відшкодування вибуття, пролонгація діючих договорів, а також надання прийнятних для компанії прав на буріння свердловин в майбутньому. Ще одна форма зміни власника – приватизація. З правової точки зору, *приватизація* – це процес перетворення державної власності в приватну власність.

Обмеження на частку іноземної власності. Уряди багатьох країн обмежують частку іноземної власності в національних компаніях, щоб зберегти за собою контроль над ключовими галузями економіки. Наприклад, уряд Мексики ввів такі обмеження в енергетичних галузях промисловості, вважаючи, що доходи від запасів нафти, яка вважається «національним надбанням» країни, повинні розподілятися тільки між її громадянами.

Вплив ТНК на країни перебування. Компанії, що відкривають підприємства за межами своєї країни, підпадають під вплив політичного,

соціального та культурного середовища країни, де вони здійснюють свою діяльність. Для того щоб успішно конкурувати на ринках країн перебування, а також підтримувати ефективні взаємини з урядами цих країн, менеджери ТНК повинні визначити оптимальний спосіб взаємодії своїх компаній з національним та місцевим середовищем ведення бізнесу. Конфлікти, що виникають в процесі міжнародної комерційної діяльності, можуть бути дуже складними. Як правило, успішне вирішення міжнародних суперечок вимагає відповіді на наступні чотири питання:

- закон якої країни застосовується для вирішення спору?
- на території якої країни повинна вирішуватися ця проблема?
- який метод слід використовувати для вирішення конфлікту: судовий процес, арбітраж або перемовини?
- як забезпечити виконання рішень по врегулюванню конфліктів?

Відповіді на ці питання обговорюються в багатьох міжнародних ділових контрактах, що має на меті зниження рівня невизначеності і обсягу витрат в процесі вирішення спорів.

У разі, якщо в міжнародному контракті немає відповіді на перші два питання, кожна сторона договору має можливість передати справу на розгляд суду, від якого можна очікувати найбільш сприятливого результату. Цей процес відомий під назвою «маневри з вибором судового форуму» («forum shopping»).

Принцип ввічливості (principle of comity) має на увазі, що держава в певних межах визнає рішення і розпорядження судових органів іноземних держав, а також забезпечує їх виконання на своїй території. Врегулювання конфліктів за допомогою судових процесів коштовне і не гарантує однозначних результатів. Тому більшість міжнародних компаній намагаються знайти інші засоби вирішення спорів за міжнародними угодами.

У багатьох випадках з метою врегулювання ділових конфліктів використовується альтернативний метод – арбітраж. Врегулювання конфліктів за допомогою судових процесів коштовне і не гарантує однозначних результатів. Тому більшість міжнародних компаній намагаються знайти інші

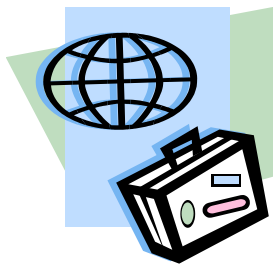
засоби вирішення спорів за міжнародними угодами. До числа договорів, що регулюють ринок інтелектуальної власності належать:

- Конвенція про охорону промислової власності (Convention for the Protection of Industrial Property Rights), більше відома під назвою «Паризька конвенція»;

- Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів (Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works);

- Всесвітня конвенція про авторське право (Universal Copyright Convention);

- Угода про торговельні аспекти прав на інтелектуальну власність (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPS) - одна з угод, прийнятих під час уругвайського раунду переговорів в рамках ГАТТ.



Основні поняття: *правові системи; загальне право; релігійне право; теократія; бюрократичне право; закони орієнтовані на внутрішній ринок; санкції; ембарго; обмеження експорту; екстериторіальність; закон Хелмса-Бертонна; експропріація; конфіскація; приватизація; репатріація; «маневри з вибором судового форуму» («forum shopping»); принцип ввічливості (principle of comity); арбітраж (arbitration); передача технологій (technology transfer).*



ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Як Ви вважаєте, чи є застосування релігійного права перешкодою для міжнародного бізнесу? Відповідь обґрунтуйте.

2. В чому специфіка регулювання трансферу технологій?

3. Чи є обмеження на частку іноземної власності суттєвим при виході на ринок країни? Які загрози можуть бути для компаній?
4. Наведіть приклади застосування ембарго для найбільш жорсткої форми санкцій?
5. Процес приватизації – світовий досвід та національна специфіка? Хто виграє від процесу приватизації?
6. В якому випадку застосовується принцип «маневри з вибором судового форуму» («forum shopping»)?
7. Охарактеризуйте вплив ТНК на країни перебування та можливість обходити регулюючі заходи.
8. Дайте оцінку закону Хелмса-Бертон (Helms-Burton Act) як найбільш яскравому прикладу політики екстериторіальності.
9. На Вашу думку, чи вірним є тезис, що врегулювання конфліктів за допомогою судових процесів – це коштовний процес, що не гарантує однозначних результатів?
10. В чому полягає сутність принципу ввічливості (principle of comity)?



САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

За програмою навчання для закріплення вивченого матеріалу здобувач вищої освіти самостійно виконує індивідуальну роботу згідно з «Методичними рекомендаціями з оформлення індивідуальної роботи».

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до рейтингової системи оцінювання.

Для отримання підсумкової оцінки з дисципліни здобувач вищої освіти повинен виконати всі вимоги відповідно до навчальної програми курсу.

Теми рефератів

1. Міжнародний бізнес як сфера господарської діяльності.
2. Міжнародний бізнес як економічна категорія.
3. Міжнародний бізнес як наука: суть та функції.
4. Підприємництво та бізнес: спільні риси та фактори відмінності.
5. Національний і міжнародний бізнес: специфіка реалізації.
6. Теорія трансакційних витрат як окремий випадок умовних моделей. Еклектична парадигма Даннінга: переваги володіння, переваги місця розташування, переваги інтерналізації.
7. Глобалізація розвитку, глобальні й національні трансформації України.
8. Концепція національних інтересів України в умовах глобалізації розвитку.
9. Вплив факторів попиту та пропозиції, політичних факторів на пряме іноземне інвестування.
10. Класичні теорії міжнародної торгівлі: спільні риси та відмінності.
11. Інтеграційні альянси сучасного світового господарства.

12. Функціонування міжнародного бізнесу на сучасному етапі в умовах глобалізації світового господарства.

13. Спільне підприємство як вища форма інтернаціоналізації міжнародного бізнесу.

14. Національні програми економічного розвитку на основі стратегій впровадження високих технологій Країн-лідерів науково-технічно-го прогресу (США, Німеччина, Японія, Велика Британія, скандинавські країни, Китай та ін.).

15. Нові елементи продуктивних сил у формі інформаційно-комунікаційних, що впливають на міжнародний бізнес.

16. Типологія країн за рівнем соціально-економічного розвитку.

17. Економічна могутність Китаю та його місце у сучасному міжнародному бізнесі.

18. «Велика сімка» як суб'єкт міжнародного бізнесу.

19. Сучасний стан взаємовідносин США та ЄС.

20. Вплив маастрихтської угоди на формування західноєвропейського ринку.

21. Місце політики екстериторіальності у міжнародному регулюванні ділових угод.

22. Англо-саксонський тип правової системи.

23. Основні інститути мусульманської правової системи.

24. Захист прав у сфері інтелектуальної власності.

25. Основні положення міжнародного торгового права.

26. Конкурентні переваги транснаціональних корпорацій.

27. Особливості організації міжнародних операцій ТНК в Україні.

28. Сутність та методи глобальної конкуренції

29. Міжнародні стратегії країн у контексті геополітичних та гео економічних інтересів.

30. Міжнародний бізнес та міжнародний менеджмент в умовах глобалізації.

31. Розвиток міжнародного бізнесу в Україні.
32. Стратегічні та конкурентні переваги ТНК.
33. Створення умов щодо розвитку спільних підприємств в Україні.
34. Сутність холдингової форми організації бізнесу.
35. Конкуренція та проблема концентрації капіталу в національній економіці.
36. Мотивація та моделі поведінки в міжнародних компаніях.
37. Ієрархія потреб: сутність теорії та сучасний погляд.
38. Функції та зміст теорії мотивації.
39. Специфіка управління персоналом в міжнародних корпораціях.
40. Значимість лідерства в управлінській діяльності.
41. Тенденції розвитку маркетингових досліджень в умовах глобалізації світогосподарських зв'язків.
42. Маркетингові стратегії ТНК.
43. Позиціонування бренду на ринку товарів та послуг.
44. Інтернет як інструмент маркетингових комунікацій.
45. Основні концепції маркетингу та їх характеристика.
46. Регуляторні системи країн світу.
47. Механізм реалізації форфейтингу.
48. Валютний ризик та механізм його хеджування.
49. Міжнародні стандарти обліку та звітності.
50. Облік довгострокових активів у зарубіжних країнах.

Тематика індивідуальної роботи (ЕСЕ)

1. Основні форми ведення міжнародного бізнесу і їх особливості.
2. Вплив процесу глобалізації на міжнародний бізнес.
3. Правове середовище міжнародного бізнесу.
4. Політичне середовище та його вплив на здійснення міжнародних ділових операцій.
5. Роль соціально-культурного чинника в міжнародному бізнесі.
6. Етика і соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі.
7. Технологічне середовище міжнародного бізнесу.
8. Міжнародні стратегічні альянси і глобальна конкуренція.
9. Злиття та поглинання в міжнародному бізнесі.
10. Міжнародні організаційні структури і контроль.
11. Організаційно-правові основи ведення міжнародного бізнесу.
12. Корпоративна стратегія міжнародного бізнесу.
13. Інвестиційна модель проникнення на зарубіжні ринки.
14. Особливості ліцензійної моделі проникнення на зарубіжні ринки.
15. Сучасні стратегії ТНК.
16. Роль міжнародних торгових мереж в світовому господарстві.
17. Міжнародні торгові мережі в українській економіці.
18. Мале і середнє підприємництво за кордоном.
19. Малий і середній бізнес в Україні та його участь в міжнародних комерційних операціях.
20. Організаційні засади функціонування спільних підприємств.
21. Глобальна мережа Інтернет та її вплив на міжнародний бізнес.
22. Сучасні тенденції віртуалізації підприємств і фірм у світовому господарстві.
23. Електронна комерція та її форми. Перспектива розвитку електронної комерції в Україні.

24. Роль електронних грошей у міжнародному бізнесі.
25. Теорія інформаційного суспільства. Тенденції формування єдиного інформаційного простору в світовій економіці.
26. Стратегії ціноутворення в міжнародному бізнесі.
27. Дипломатія в міжнародному бізнесі.
28. Міжнародний стратегічний менеджмент.
29. Міжнародний маркетинг і бізнес-стратегії.
30. Управління людськими ресурсами та трудовими відносинами в міжнародному бізнесі.

Тематика індивідуальної роботи (Кейс)

1. Еволюція форм міжнародного бізнесу.
2. Роль ТНК у міжнародному бізнесі.
3. Теорія технологічного розриву Майкла Познера.
4. Торгівля в умовах монополістичної конкуренції.
5. Глобалізація: загроза чи нові можливості для бізнесу.
6. Глобалізація як джерело конкуренції у міжнародному бізнесі.
7. Китай та його роль у сучасному міжнародному бізнесі.
8. Країни Африки та можливості щодо їх включення у міжнародний бізнес.
9. Специфіка мусульманської системи права.
10. Інтелектуальна власність: досвід міжнародного регулювання.
11. Ключові проблеми міжнародного менеджменту: технологічна політика, міжнародний фінансовий менеджмент, торговельні інвестиційні операції, етика та соціальна відповідальність.
12. Національні стереотипи в діяльності міжнародного менеджера.
13. Переваги створення стратегічних альянсів у міжнародному бізнесі.
14. Синергія та конкурентні переваги.
15. Мотивація в міжнародних компаніях.
16. Значимість лідерства в управлінській діяльності.
17. Вплив Інтернету на маркетингові комунікації.
18. Орієнтація результатів виробництва на потреби споживачів як головний принцип маркетингу.
19. Особливості прийняття рішень у міжнародних корпораціях в сучасних умовах.
20. Причин виникнення міжнародних фінансових конфліктів.

Міністерство освіти і науки України
Харківський державний університет харчування та торгівлі
Кафедра міжнародної економіки та економічної теорії

**ІНДИВІДУАЛЬНА РОБОТА
З ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»**

Студента (ки) _____ курсу, групи

освітнього ступеня _____

спеціальності 292 «Міжнародні економічні
відносини»

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник :

(прізвище та ініціали)

науковий ступінь:

вчене звання:

Національна шкала : _____

Кількість балів: _____

Місто – рік



СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Міжнародний бізнес: конспект лекцій у структурно-логічних схемах Ч. 1 / Кулініч О.А.; Федоренко Н.М. Харк. держ. Університет харчування та торгівлі. – Х.: ХДУХТ, 2020. – 60 с.
2. Андросова Т.В. Міжнародний бізнес в умовах становлення цифрової економіки. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: Міжнародна науково-практична конференція, 18 травня 2021 р.: [тези у 2-х ч.] / редкол.: О. І. Черевко [та ін.]. Харків : ХДУХТ, 2021. Ч. 1. С. 142-144
3. Ушакова Н.Г., Величко К.Ю., Печенка О.І. Управління міжнародним бізнесом: консп. лекц. / Н.Г. Ушакова, К.Ю., Величко, О.І. Печенка – Харків, Вид-во «Форт», 2015. – 145 с.
4. Міжнародний бізнес: навчальний посібник / О. М. Файчук, С. В. Сидоренко. – К. : НУБіП України, 2016. – 236 с.
5. Міжнародний бізнес: методичні рекомендації до самостійної / уклад.: О. О. Розинка, Л. В. Морозова. – К.: НАУ, 2018 – 28 с.
6. Ушакова Н.Г., Величко К.Ю., Печенка О.І. Управління міжнародним бізнесом: методичні рекомендації до семінарських занять з дисципліни / Н.Г. Ушакова, К.Ю., Величко, О.І. Печенка – Харків, Вид-во «Форт», 2016. – 55 с.
7. Кулініч О.А. Країнознавство: інформ.-метод. збірка для здобувачів економічних спеціальностей/ Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Харків, 2021. – 136 с.
8. Кулініч О.А. Культурна адаптація молодих фахівців у міжнародному бізнесі / Value-based approach in education and challenges of European intergration process: Міжнар. наук.-практ. конф. – Суми.: СДУ, 2020. – С.

9. Кулініч О.А. Умови розвитку міжнародного бізнесу в Україні/ Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: Міжнар. наук.-практ. конф.: редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2020. – Ч. 2. – С. 85-87
10. Ушакова Н.Г., Кулініч О.А., Зарецька Л.М., Ільченко М.О. Вплив цифрової економіки на розвиток економік світу та України. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць ХДУХТ. Харків. Вип. 1(33). 2021. С. 104-118.
11. Вергун В.А. Міжнародний бізнес: підруч. для студентів ВНЗ / В. А. Вергун, А. І. Кредісов, О. І. Ступницький, В. В. Якубовський, І. Є. Голубій; ред.: В. А. Вергун; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ : ВАДЕКС, 2014. – 625 с.
12. Кулініч О.А. Країнознавство: Навч.- метод. посібник/ Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Харків, 2021 – 152 с.
13. Кулініч О.А. Вrexit Великобританії: причини та наслідки для ЄС. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід: матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 23 квітня 2020 р. Харків: ХДУХТ, 2020. С. 232-235.
14. Кулініч О.А., Федосєєва Г.О. Вплив диджиталізації на розвиток підприємництва. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: Міжнародна науково-практична конференція, 18 травня 2021 р.: [тези у 2-х ч.] / редкол.: О. І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2021. – Ч. 1. – С. 154-156
15. Андросова Т.В., Кулініч О.А. Глобальні тенденції інвестування цифрового бізнесу. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід : матеріали ІІ Міжнар. наук.-

- практ. конф., 23 квітня 2021 р. / редкол. : О. І. Черевко [та ін.] ; Харківський держ. ун-т харч. та торг. – Х. : ХДУХТ, 2021. –С. 85-87
16. Кулініч О.А., Андросова Т.В. Поведінкова економічна теорія: від світової кризи до економічного зростання. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Finance: theory and practice». K. National Aviation University, 2021.p. 22-25
17. Рябінін Е.О., Кулініч О.А. Вектори зовнішньої політики України. Науковий простір: актуальні питання, досягнення та інновації. Тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів освіти та молодих вчених (23-24 листопада 2021 р.) Вінницький кооперативний інститут. Вінниця. 2021. 270-272
18. Андросова Т.В., Кулініч О.А., Кобзева К. Інноваційний розвиток та кадрове управління: матеріали III Міжнародного форуму науковців та дослідників «SCIENCE AND STUDY 2021», 1 жовтня 2021 року, м. Київ, С.199-204
19. Кулініч О., Тойлиев Б. Маркетингове дослідження зарубіжного ринку. B2B MARKETING: XV Міжнар. наук.-практ. конф., 29 вересня 2021 р. – К.: НТУ України «КПІ імені І. Сікорського». 2021. С. 79-85
20. Бровкова О. Г. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник/ О. Г. Бровкова. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 224 с.
21. Гіл Ч. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Ч. Гіл . - Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2006 - 856с.
22. Глобальна економіка: навчальний посібник / За заг. ред. Б.М Одягайла. - Львів: Магнолія 2006, 2009. - 208 с.
23. Кулініч ОА, Федоренко НМ Міжнародний досвід використання глобальних вимірів сталого розвитку. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 23 квітня 2020 р. Харків: ХДУХТ, 2020. С. 235-237.
24. Кулініч О.А., Гребенюк Я. Особливості функціонування митної

системи України в сучасних умовах. *Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / European institute of further education, Podhájska, 24-25.11.2021. Chapter III. P. 259-260*

25. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник. - К.: Знання, 2006. - 462 с.

26. Довгань Л. Є. Стратегічне управління: навчальний посібник / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. - 2-ге вид.. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 440с.

27. Єрмошенко М. М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: навчальний посібник / М. М. Єрмошенко. - К.: НАУ, 2003 - 345 с.

28. Ігнатюк А. І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: Монографія / А. І. Ігнатюк. - К.: ННЦ ІАЕ, 2010. 456 с.

29. Федосєєва Г.О., Кулініч О.А., Транснаціоналізація сучасної світової економіки: тенденції та перспективи. Сучасні тенденції розвитку економіки, фінансів та управління: нові можливості, проблеми, перспективи: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю, 10 листопада 2021 р. К.: КУБГ, 2021. С. 129-132

30. Андросова Т.В., Кулініч О.А., Помінова І.І., Федоренко Н.М. Місце цифрової економіки в загальній системі сучасних господарських відносин. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць ХДУХТ. Харків. 2021. С. 118-132

31. Ільченко М.О., Зарецька Л.М., Кулініч О.А., Федоренко Н.М. Проблеми запровадження цифрової економіки та її вплив на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць ХДУХТ. Вип. 1 (33). Харків. 2021. С. 155-165

32. Користін О. Є. Протидія відмиванню коштів в Україні: правові та організаційні засади правоохоронної діяльності: навчальний посібник / О. Є. Користін, С. С. Чернявський; За ред. О. М. Джужі. - К.: КНТ, 2009. -

612 с.

33. Країнознавство: підручник / За ред. М. С. Дорошка. - 2-ге вид., перероб. і доп.. - К.: Знання, 2012. - 439 с.
34. Липов В. В. Міжнародна економіка: світова економіка та міжнародні економічні відносини. Модуль 1. Світова система господарювання: навчально-практичний посібник / В. В. Липов. К.: Видавничий дім "Професіонал", 2008. - 368с.
35. Липов В. В. Міжнародна економіка: світова економіка та міжнародні економічні відносини. Модуль II. Міжнародні ринки та форми міжнародної економічної взаємодії: навчально- практичний посібник / В. В. Липов. - К.: Видавничий дім "Професіонал", 2008. - 368 с.
36. Міжнародна економіка: підручник / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Я. М. Одягайло, В. І. Терехов. - К.: Університет економіки та права "КРОК", 2017.
37. Макогон Ю. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства / Ю. В. Макогон - Київ: Центр навчальної літератури, 2006. - 424 с.
38. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник / Одягайло Б. М. [та ін.]; За ред. професора Кулішова В. В. - Львів: Магнолія 2006, 2011. - 384 с.
39. Міжнародна економіка: підручник / За ред. Задой А. О., Тарасевича В. М. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 416 с.
40. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник / За заг. ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, О. В. Мірошниченка. - 3-тє вид., доп. та перероб.. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 668 с.
41. Міжнародний бізнес: підруч. для студ. вищ. навч. закладів / В. А. Вергун, А. І. Кредісов, С. М. Березовенко [та ін.] ; КНУТШ. - 2-е вид., доп. та перероб. - К.: Київський університет, 2009. - 623 с.
42. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування: навчальний посібник / За ред. Козака Ю. Г., Логвінової Н. С. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 648 с.

43. Міжнародні фінанси: кредитно-модульний курс: навчальний посібник/ за ред.: Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, М. І. Барановської. - 4-те вид. перероб. і доп.. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 288 с.
44. Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання у глобальній економіці / Дж. Майер, Д. Олесневич. - К.: Либідь 2002 - 703с.
45. Мокій А. І. Міжнародні організації: навчальний посібник / А. І. Мокій, Т. П. Яхно, І. Г. Бабець. - К.: Центр учбової літератури, 2011. – 280 с.
46. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України: підручник. - К.: КНЕУ, 2003. - 948 с.
47. Одягайло Б. М. Міжнародна економіка: навч. посіб. - К.: Знання 2005. - 397 с.
48. Осика С. Г. Світова організація торгівлі: підручник / С. Г. Осика, В. Г. Пятницький. - 2004. - 348 с.
49. Осика С. Г. Правове регулювання імпорту: антидемпінгові заходи: Монографія / С. Г. Осика - К.: «Центр дослідження СОТ, розвитку торгового права і практики», 2003. - 448 с.
50. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник / За ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, К. І. Ржепішевського. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 656 с.
51. Патика Н. І. Міжнародні валютно-кредитні відносини: навчальний посібник / Н. І. Патика. - К.: Знання, 2012. - 566 с.
52. Порохня В. М. Стратегічне управління: навчальний посібник/ В. М. Порохня, Т. О. Безземельна, Т. А. Кравченко. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 224 с.
53. Румянцев А. П. Міжнародна торгівля. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 376 с.
54. Румянцев А. П. Міжнародна економіка: Практикум/ А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко; Київський економічний інститут менеджменту. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 296 с.
55. Софіщенко І. Я. Фінансування зовнішньоторговельної діяльності

- підприємства / - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 138 с.
56. Ткаленко С. І. Міжнародна комерційна справа: навчальний посібник. - К.: Університет економіки та права «КРОК», 2005, 73 с.
57. Фомішин С. В. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник/ С. В. Фомішин, Ю. В. Колесник. - Львів: Новий світ- 2000, 2010. - 360с.
58. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2001.- 488 с.
59. Шевчук В.О. Міжнародна економіка: теорія та практика: підручник / В. О. Шевчук. - 2-ге вид., перероб. і доп.. - К.: Знання, 2008. - 663 с.
60. Сіденко С. В. Міжнародні економічні відносини: навч. посібник / С. В. Сіденко, О. М. Іваницька, О. В. Кузнецов; за ред. д-ра екон. наук, проф. С. В. Сіденко. - К.: НАУ, 2015. - 468 с.
61. Кончин В. І. Міжнародна економіка: методичні рекомендації. - К.: НАУ, 2015.
62. Ільєнко О. В. Стратегії міжнародної економічної безпеки в умовах глобалізації (маркетинговий аспект): Монографія / - К.: НАУ, 2013. - 360с.
63. Ложачевська О. М. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / О. М. Ложачевська, В. І. Кончин, М. В. Новикова та ін - К.: НАУ, 2014. - 400с.
64. Білорус О. Г. Глобальний конкурентний простір: моногр. / О. Г. Білорус, Ю. М. Пахомов, І. Ю. Гузенко, О. К. Скаленко, О. В. Гаврилюк; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України, Міжнар. асоц. "Україна - Рим. клуб", Міжнар. ін-т глобалістики. - К., 2007. - 680 с.
65. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях: підручник. - Київ: Центр учбової літератури, 2017. - 229с.
66. Кузьмін О. Є., Завербний А. С., Іващук Н. Л. Міжнародні страхові

послуги: навчальний посібник / О. Є. Кузьмін, А. С. Завербний, Н. Л. Іващук . - Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2009. - 200 с.

67. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Затверджено МОН / Мальська М. П., Антонюк Н. В. - К., 2008. - 661 с.

68. Радченко С. Г. Етика бізнесу: навч. посіб. / С. Г. Радченко. - 2-ге вид., переробл. і допов. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. - 396 с.

69. Рогач, О. І. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій: підручник / О. І. Рогач. - Київ: Либідь, 2005. - 720 с.

70. Плахута Г. А. Глобалізація процесів логістики // Маркетинг: теорія і практика. 36. наук, праць СНУ ім. В. Даля.. - 2010. - Вип. 16. - С. 169 - 173.

71. Приятельчук О. А. Вплив корпоративної культури міжнародних компаній на реформування національних культур країн їх перебування / О. А. Приятельчук // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - 2013. - Вип. 112(2). - С. 120-128.

72. Сахно Є. Ю., Дорош М. С., Ребенок А. В. Менеджмент сервісу: теорія та практика: навч. посіб. / Є. Ю. Сахно, М. С. Дорош, А. В. Ребенок . - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 328 с.

Джерела Інтернет

1. <http://ft.com> – Financial Times
2. www.businessweek.com – Business Week
3. www.economist.com – The Economist
4. www.europe.eu.int – Європейський союз
5. www.imf.org – Міжнародний валютний фонд
6. www.worldbank.org<http://www.worldbank.org> – Світовий банк
7. www.wto.org – Світова організація торгівлі

Навчальне видання

Укладачі:

Андросова Тетяна Василівна,

Кулініч Оксана Андріївна,

Федоренко Неля Миколаївна

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

Методичні рекомендації

до самостійної роботи для здобувачів вищої освіти спеціальності

292 «Міжнародні економічні відносини»

Відповідальна за випуск зав. кафедри міжнародної економіки та економічної теорії Н. Г. Ушакова

Видано в авторській редакції

План 2021 р., поз. ___/___

Підп. до друку 19.02.2021. Один електронний оптичний диск (CD-ROM);
супровідна документація. Об'єм даних Мб. Тираж ___ прим.

Видавець і виготівник

Харківський державний університет харчування та торгівлі вул. Клочківська,
333, Харків, 61051.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4417 від 10.10.2012 р.