**Тема 4. Міжнародні форми бізнесу та державне регулювання підприємництва**

|  |
| --- |
|  |

*План*

1. Міжнародний бізнес як система.

2. Форми міжнародного бізнесу.

3. Державне регулювання підприємництва.

*Мета теми*: вивчення економічної сутності міжнародного бізнесу та його різновидів, визначити основи державного регулювання підприємництва.

*Ключові слова*: міжнародний бізнесу, суб’єкт міжнародного бізнесу, експорт, франчайзинг, ліцензування, управлінський контракт, спільне підприємство, проекти «під ключ», міжнародний стратегічний альянс, прямі іноземні інвестиції, принципи та механізми державного регулювання підприємництва, роздержавлення та приватизація, конкуренція.

1. Міжнародний бізнес як система

Міжнародний бізнес історично і логічно виникає внаслідок розвитку й поглиблення міжнародного поділу праці та формування світового ринку.

**Міжнародний бізнес**можна визначити як ділову взаємодію фірм різних форм власності або їх підрозділів, які знаходяться в різних країнах, головною метою яких є одержання прибутку за рахунок вигод і переваг ділових міжнародних операцій.

Міжнародний бізнес - це підприємницька діяльність, пов'язана з використанням капіталу в різноманітних формах і переваг підвищеної ділової активності; здійснюється з метою отримання прибутку і поширюється на міжнародну економічну сферу.

Міжнародний бізнес включає будь-які господарські операції, що здійснюються двома і більше країнами. Такі ділові взаємовідносини можуть виникати на рівні як приватних, так і державних організацій. У разі участі приватних компаній у міжнародному бізнесі господарські операції, як правило, здійснюються з метою одержання прибутку. Діяльність фірм, які мають державну форму власності, не завжди орієнтовані на прибуток.

**Економічна сутність міжнародного бізнесу**має визначатися у площині його як явища і процесу міжнародних економічних відносин.

Як явище міжнародних економічних відносин міжнародний бізнес - це форма взаємодії суб'єктів міжнародної економічної діяльності, спрямована на одержання вигод від трансграничного співробітництва.

Як процес міжнародний бізнес є проявом специфічного виду взаємодії суб'єктів, який характеризується певною структурою, технікою, умовами й правилами ведення, а також наслідками та результатами, що досягаються у процесі даного виду взаємодії і тільки через цей вид.

Суб'єкти міжнародного бізнесу - це реальні учасники його як процесу взаємодії (окремі особи, контактні групи або складні соціальні структури), яким притаманні внутрішні мотиви, інтереси, цілі та здатність до їх реалізації у певній сфері міжнародної економічної діяльності.

Головними ознаками суб'єкта міжнародного бізнесу є наявність у нього внутрішніх мотивів, цілеспрямованості, волі та здібностей діяти для досягнення власних стратегічних цілей.

Згідно з такими критеріями визначення суб'єктами міжнародного бізнесу можуть виступати окремі особи, підприємства, транснаціональні структурні утворення, міжнародні організації й асоціації, інтеграційні (регіональні) угрупування та держави.

Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», до **суб'єктів міжнародного бізнесу** в нашій державі належать:

1) фізичні особи (громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають громадянську дієздатність і правоздатність);

2) юридичні особи (які зареєстровані в Україні та мають на її території постійне місцезнаходження);

3) об'єднання фізичних, юридичних, фізичних та юридичних осіб (які не є юридичними особами згідно із законами України, але мають постійне місцезнаходження на території України);

4) структурні одиниці суб'єктів господарської діяльності іноземних держав (дочірні фірми, філії, відділення, представництва);

5) спільні підприємства (які мають постійне місцезнаходження в Україні).

Міжнародний бізнес має суттєві особливості у порівнянні з національним.

***Основні риси міжнародного бізнесу:***

1. Отримання прибутку в міжнародному бізнесі досягається за рахунок використання для економічно ефективного ведення ділових операцій переваг виходу за межі національних кордонів.

2. Підприємці прагнуть використовувати додаткові економічні можливості, що випливають із: ресурсних особливостей зарубіжних ринків, місткості, правових особливостей зарубіжних країн, специфіки міждержавних політичних і економічних взаємовідносин, що регулюються відповідними формами міждержавної взаємодії.

3. Міжнародний бізнес суттєво варіаційний залежно від рівня інтернаціоналізації.

4. Внаслідок інтернаціоналізації для будь-якого бізнесу стає максимально доступним глобальний бізнес-сервіс, тобто абсолютно незалежний від національної належності і орієнтований лише на економічну ефективність пакет різноманітних послуг: від наукових до фінансових і від транспортних до підбору інтернаціональних колективів, який дозволяє сьогодні максимально реалізувати можливості в бізнесі.

5. Урахування в бізнесі культурного фактору, тобто сукупності вимог і обмежень, що накладаються культурою даної країни на тих, хто веде в ній (або з нею) бізнес. Ця проблема є гострою настільки, наскільки відрізняються культури країни базування цієї фірми і країни її перебування.

6. Глобальний характер міжнародного бізнесу є його найважливішою рисою: він охоплює світову систему інформаційного ділового обміну, світовий фінансовий ринок, глобальну структуру технологічних нововведень тощо. Внаслідок просування від рівня до рівня інтернаціоналізації зростає значення того, як ця риса проявляється у даному бізнесі, тобто як ефективність цього бізнесу визначається використанням глобалізації.

7. Міжнародний бізнес - це система професійних знань принципово вищого рівня, ніж наявна в будь-якому національному (внутрішньому) бізнесі.

8. Міжнародний бізнес вбирає в себе найкращі національні зразки, все найкраще у світовій практиці.

9. Інформація - головний стратегічний ресурс, а адаптація - головна стратегічна зброя міжнародного бізнесу.

10. Принципова відмінність міжнародного бізнесу від національного полягає в оберненій оцінці внутрішньодержавної ситуації: негативні тенденції в економіці країни (або окремої її галузі) можуть бути оцінені міжнародною фірмою по-іншому, оскільки саме вони здатні відкрити фірмі додаткові можливості бізнесу.

11. На відміну від внутрішньодержавної конкуренції, міжнародний бізнес може відчувати підтримку своєї держави у боротьбі з конкурентами у багатьох прихованих формах.

Найважливішою особливістю міжнародного бізнесу є його економічне, законодавче й політичне поле конкуренції, а також соціокультурний фон, що суттєво відрізняє його від внутрішніх ринків країн. Сучасний світовий ринок, незважаючи на насиченість нормами і правилами поведінки на ньому економічних суб'єктів, формування міжнародних регулятивних механізмів та інституцій, якісно і кількісно відрізняється від внутрішніх національних ринків, правове функціонування яких має законодавчий характер.

Складність міжнародного бізнесу як процесу зумовлюється передусім тим, що реалізація конкурентних переваг навіть найвищого рангу в міжнародному середовищі здійснюється не за принципами та постулатами класичних теорій міжнародної торгівлі, а на основі більш складної стратегічної поведінки суб'єктів світового ринку. Колізія інтересів та цілей окремих підприємств у міжнародному економічному обміні доповнюється також колізією загальнодержавних інтересів, пов'язаних із забезпеченням суверенітету й економічної безпеки та захистом економічного простору країн. Дія цих чинників викривляє ринкові принципи взаємодії суб'єктів міжнародного економічного обміну і здатна навіть перетворювати останній у предмет протистояння між країнами.

Міжнародний бізнес стає всеохоплюючим і всепроникаючим феноменом сучасної цивілізації. Незважаючи на те, що є чимало прикладів міжнародного бізнесу, в яких партнерами є, з одного боку, приватна фірма, а з іншого - урядова установа іншої країни, все ж більш характерним слід вважати або міжфірмові операції такого виду, або внутрішньофірмові - у разі, якщо різні підрозділи фірми розміщені в різних країнах і ці підрозділи взаємодіють між собою (найтиповіші у цьому випадку - так звані мультинаціональні корпорації).

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

Детальніше причини здійснення міжнародного бізнесу, його сутність та сфери міжнародної підприємницької діяльності викладені в структурно-логічній схемі на рис. 4.1.



Рис. 4.1. Структурно-логічна схема міжнародного бізнесу

Розглядаючи причини формування і розвитку міжнародного бізнесу, доцільно поділити їх на дві групи:

1. Причини, що визначають необхідність (неминучість) виникнення такої категорії бізнесу;

2. Причини, що обумовлюють можливість здійснення міжнародного бізнесу.

Перша група містить такі причини:

- загострення конкуренції на внутрішніх ринках, пов'язане зі збільшенням кількості підприємців, обмеженістю платоспроможного попиту;

- відносна обмеженість внутрішніх ринків (з урахуванням чисельності населення, масштабів території і ін.);

- обмеженість економічних ресурсів, у тому числі природних, матеріальних, трудових, технологічних, фінансових, у національному господарстві;

- недосконалість національної законодавчої системи, що регулює приватне підприємництво;

- нерівномірність соціально-економічного розвитку країн.

До другої групи належать такі причини:

а) постійний розвиток продуктивних сил, науково-технічний розвиток (НТР), у тому числі в комунікаційній системі (транспорт, зв'язок, інформація і ін.);

б) формування великих корпорацій, банків, які володіють величезними виробничими, комерційними, науково-технічними, фінансовими ресурсами;

в) лібералізація зовнішньоекономічної політики країн світового співтовариства, формування «відкритої економіки» в більшості країн світу.

Міжнародний бізнес базується на можливості отримання вигод саме із переваг міждержавних (міжкраїнових) ділових операцій, тобто з того факту, що продаж даного товару в іншій країні, або налагодження фірмою однієї країни виробництва в іншій країні, або надання послуг спільно фірмами двох країн - третій і т. д. забезпечують залученим у бізнес сторонам більше переваг, ніж вони б мали, якби вели справу у своїх країнах. Це - ключовий момент не лише в розумінні природи і специфіки власне міжнародного бізнесу, а й у поясненні виникнення і розвитку міжнародного менеджменту як такого.

2. Форми міжнародного бізнесу

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

До найбільш розповсюджених **форм міжнародного бізнесу** відносяться:

− експорт;

− ліцензування;

− франчайзинг;

− контракти на управління;

− проекти «під ключ»;

− прямі зарубіжні інвестиції.

Особливості зазначених видів міжнародного бізнесу представлені в структурно-логічній схемі на рис. 4.2.

|  |
| --- |
|   |
|   | https://ok-t.ru/studopediaru/baza4/2642114743679.files/image007.gif |

Рис. 4.2. Основні форми міжнародного бізнесу

Слід підкреслити, що **експорт** є найпростішою формою міжнародного бізнесу і являє 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. До того ж 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, що означають завезення великих партій товарів на спеціальні склади в країні-господарі з метою подальшого продажу товарів з цього складу-магазину. Така форма бізнесу зменшує витрати при перевезенні великих партій товарів у розрахунку на один вирів (ефект масштабу), а також дозволяє здійснювати перепродажне і післяпродажне обслуговування товарів.

При розгляді форм міжнародного бізнесу варто зауважити, що **ліцензування** означає передачу прав інтелектуальної власності партнеру з іншої країни на умовах отримання певних доходів. Як інтелектуальна власність тут виступають винаходи, «ноу-хау», торгова марка тощо.

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

Часто ліцензування поєднується із франчайзинговими угодами. **Франчайзинг** – це спосіб діяльності, згідно з яким франчайизер (продавець) передає франчайзі (покупцеві) право на використання своєї торгівельної марки, котра є для бізнесу покупця найбільш важливим активом і за допомогою якої продавець надає постійну допомогу покупцеві в його бізнесі.

Слід відзначити, що транснаціональні корпорації розглядають свої технології і торгівельні марки як важливі складові частини базових активів. У США 1/3 обігу роздрібної торгівлі – це франчайзинг. Близько 3/4 таких продажів припадає на дилерів, які займаються збутом легкових і вантажних автомобілів, бензоколонок, та розливанням у пляшки безалкогольних напоїв.

Найбільш розповсюджений спосіб (60 %) проникнення франчайзера в іншу країну – це вибір головної франшизи і передача цій організації (звичайно місцевій) прав у країні або регіоні. Потім основний покупець відкриває власну торгівлю або торгівлю через суб-франшиз.

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

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

- експропріація країною-реципієнтом іноземних інвестицій, коли колишньому володарю пропонують подовжити управління підприємством до підготовки кадрів місцевих менеджерів;

- створення нового комерційного проекту, в якому країна-реципієнт не має належного управлінського досвіду, але має необхідне устаткування;

- підвищення ефективності функціонування підприємства за рахунок залучення управлінського персоналу авторитетних іноземних фірм.

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

Поява та розвиток транснаціональних корпорацій (ТНК) безпосередньо пов’язані з їхньою зарубіжною інвестиційною діяльністю. Міжнародний рух підприємницького капіталу, зокрема **прямі іноземні інвестиції**, стали базою для формування всесвітньої системи філіалів та міжнародного виробництва ТНК. Ключовою ознакою прямих іноземних інвестицій є набуття довгострокового економічного інтересу, коли інвестор отримує чи зберігає контроль над об’єктом вкладення капіталу.

Однією з найпоширеніших форм міжнародної ділової співпраці в останні десятиліття стали міжнародні стратегічні альянси (МСА). **Міжнародний стратегічний альянс** – відносно тривала міжорганізаційна угода із співробітництва, яка передбачає спільне використання ресурсів та (або) структур управління двох чи більше самостійних фірм із декількох країн для реалізації завдань, пов’язаних із місією кожної з них. МСА – це функціональні структури, які засновані на формальному чи (інколи) на неформальному договорі. Організації-засновники здійснюють спільне управління та контроль за діяльністю МСА.

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

а) компенсують слабкі сторони чи створюють конкурентні переваги учасників;

б) відповідають довгостроковим стратегічним планам партнерів;

в) мають раціональні цілі для взаємозв’язку фірм.

У свою чергу, стратегія створення альянсів передбачає:

1) створення стратегічних відносин між незалежними організаціями двох та більше країн, які мають спільні цілі, прагнуть спільної вигоди та визнають високий рівень взаємозалежності;

2) об’єднання зусиль фірм для досягнення мети, реалізація якої б вимагала набагато більше витрат за умови дії поодинці.

До міжнародних стратегічних альянсів відносяться: функціональні угоди за спільними науково-дослідними та дослідницько-конструкторськими роботам; з розвитку та вдосконалення виробництва; угоди про участь в активах із створенням нової організації і без створення нових організацій (придбання частки участі, обмін акціями). У відповідності до цілей створення міжнародних стратегічних альянсів, менеджер може вибрати різні форми співпраці: від повного злиття до незалежних трансакцій відкритого ринку.

Не менш важливим суб’єктом міжнародного бізнесу є **спільні підприємства**, що забезпечують спільну, але не обов’язково рівну власність та контроль над використанням активів. Спільне підприємство - це володіння на пайових засадах, коли акціонерний капітал належить не численності дрібних акціонерів, а декільком співвласникам, кожен з яких має певну частку власності і поділяє ризик.

Основними стимулами до заснування спільних підприємств можуть бути:

1. Законодавча заборона створення філій іноземних компаній без участі в них місцевих партнерів і дискримінаційні дії уряду приймаючої країни.

2. Можливість отримати певні пільги збоку місцевої держави або використати наявні переваги місцевого партнера (ресурси, в тому числі дешева робоча сила).

3. У тих випадках, коли здійснення капіталовкладень в конкретній країні пов’язане з певними економічними або політичними ризиками, доцільніше залучати до цієї справи місцевого партнера.

4. Істотним спонукальним мотивом спільного підприємництва є зростання витрат, пов’язаних з розвитком підприємництва та із загостренням конкуренції на світовому рику. Об’єднуючи ресурси, фірми підвищують свої шанси в боротьбі з потужними конкурентами.

3. Державне регулювання підприємництва

**Державне регулювання підприємництва**- це система правових, організаційних, адміністративних та регулятивно-контролюючих заходів держави, спрямованих на створення сприятливих умов для становлення та розвитку підприємництва (сприятливого підприємницького середовища) і на його підтримку, а також управління державним сектором економіки для забезпечення ефективності та конкурентоздатності національної економіки.

***Принципи державної підприємницької політики***як системи заходів щодо підтримки та розвитку підприємництва:

- забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою усіх суб'єктів господарювання;

- однакові умови для усіх господарюючих суб'єктів (вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України, вільний доступ до ресурсів, кредитів, інформації тощо);

- свобода підприємницької діяльності у межах, визначених законом;

- обмеження державним регулюванням економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємництві, екологічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;

- заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у підприємницьку діяльність; захист національного товаровиробника;

- заохочення підприємництва на основі критеріїв економічної ефективності та соціально-економічної значущості;

- селективна державна підтримка секторів, галузей і виробництв, які забезпечують розвиток прогресивних процесів та структурних зрушень у національній економіці;

- стимулювання науково-технічної та інноваційної діяльності; заохочення розвитку експортного потенціалу країни.

**Суб'єктами державного регулювання підприємництва в Україні є:**Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (як координуючий макроекономічний орган стратегічного характеру дії); Державна служба України з питань регуляторної політики та підприємництва (як розробник оперативних питань); Ліцензійна палата, галузеві міністерства і відомства (здійснюють ліцензування видів діяльності) України; а також Міністерство фінансів України, Державна податкова адміністрація України, Державний комітет по стандартизації, метрології та сертифікації України, Антимонопольний комітет, місцеві органи виконавчої влади (держадміністрації, виконавчі органи рад, органи місцевого самоврядування), кожен в межах своєї компетенції і повноважень, наданих їм законом.

**Суб'єктами впливу на підприємництво**є також різноманітні об'єднання підприємців:

**- торгово-промислові палати**як добровільні об'єднання підприємців та організацій, які формуються з метою сприяння розвитку національної економіки, її інтеграції у світове господарство, а також створення сприятливих умов для підприємницької діяльності в Україні. Торгово-промислова палата є недержавною самоврядною статутною організацією, створеною на засадах членства, що має статус юридичної особи. Держава сприяє торгово-промисловим палатам у виконанні статутних завдань;

***-*організації роботодавців*,***які є самоврядними статутними організаціями, що утворюються на засадах добровільності та рівноправності з метою представництва і захисту законних інтересів роботодавців. Організації роботодавців можуть об'єднуватися у спілки та інші статутні об'єднання роботодавців.

**Основними засобами регулюючого впливу держави па діяльність суб'єктів підприємництва,**згідно зі статтею 12 ГК України є:

1) державне замовлення, державне завдання;

2) ліцензування, патентування і квотування;

3) сертифікація та стандартизація;

4) застосування нормативів та лімітів;

5) врегулювання цін і тарифів;

6) надання інвестиційних, податкових та інших пільг;

7) надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

***Механізм державного регулювання підприємництва включає:***

а) систему державного регулювання процесів, що відбуваються у підприємницькому середовищі (роздержавлення і приватизація, конкуренція і монополізм, банкрутство тощо) і які безпосередньо його формують;

б) систему державного регулювання та підтримки підприємництва (безпосередньо як об'єкта регулювання).

Основними **елементами системи державного регулювання процесів, що відбуваються у підприємницькому середовищі** України та безпосередньо впливають на нього (на його формування), є:

**- політика роздержавлення і приватизації;**

**- конкурентна (антимонопольна) політика;**

**- інститут банкрутства суб'єкта підприємництва.**

**Політика роздержавлення і приватизації*-***це комплекс економіко-правових відносин та організаційно-правових заходів щодо їх регулювання з метою проведення ринкових реформ, зміни економічної структури і створення структури змішаної економіки, становлення приватного сектора економіки та створення конкурентного середовища для розвитку підприємництва.

Роздержавлення і приватизація спрямовані на реформування монопольно-державної структури соціально-економічної підсистеми (підсистеми, режиму власності на матеріальні та капітальні ресурси) і трансформування її у багатоукладну, раціональну й ефективну систему власності та господарювання.

**Роздержавлення (зміна форми власності)**може відбуватися: через демонополізацію і комерціалізацію (роздержавлення в межах державної власності, що супроводжується зняттям підприємств із державного фінансування і переведенням на приватне кредитування); шляхом корпоратизації (акціонування) великих державних підприємств і **трансформації державної власності у приватну**зі зміною суб'єкта права власності; а також іншими шляхами і в інших формах.

**Приватизація державного майна*-***це відчуження майна, що перебуває у державній власності, і майна, що належить Автономній Республіці Крим, на користь фізичних та юридичних осіб, з метою підвищення соціально-економічної ефективності виробництва та залучення коштів на структурну перебудову економіки України (ст. 1 Закону України «Про приватизацію державного майна»).

Основними **пріоритетами приватизаціїє**підвищення ефективності виробництва та мотивації до праці, прискорення структурної перебудови і розвитку економіки України.

Так, згідно з чинним законодавством, сьогодні приватизація державного майна може здійснюватися шляхом:

1) продажу об'єктів приватизації на аукціоні, за конкурсом;

2) продажу акцій (часток, паїв), що належать державі у господарських товариствах, на аукціоні, за конкурсом, на фондових біржах й іншими способами, що передбачають загальнодоступність та конкуренцію покупців;

3) продажу на конкурсній основі цілісного майнового комплексу державного підприємства, що приватизується, або контрольного пакета акцій відкритого акціонерного товариства;

4) викупу майна державного підприємства згідно з альтернативним планом приватизації;

5) щодо об'єктів, не проданих на аукціоні, за конкурсом застосовуються неконкурентні способи продажу майна державних підприємств.

**Конкурентна (антимонопольна) політика держави*-***це діяльність держави, спрямована на створення і розвиток конкурентного середовища, антимонопольне регулювання з метою сприяння зростанню ефективності виробництва, кращому задоволенню потреб суспільства, підвищенню конкурентоздатності національної економіки.

**Економічна конкуренція** - це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.

Основними **напрямками конкурентної політики держави є:**

**- демонополізація економіки;**

**- захист та сприяння розвитку економічної конкуренції;**

**- антимонопольне регулювання;**

**- державний контроль за дотриманням антимонопольного законодавства.**

*Висновки*

**Міжнародний бізнес є частиною загальної системи міжнародних економічних відносин, яка відповідає відносинам, пов’язаним з діловою активністю промислового, комерційного та валютно-фінансового типів. Являє собою**ділову взаємодію фірм різних форм власності або їх підрозділів, які знаходяться в різних країнах, головною метою яких є одержання прибутку за рахунок вигод і переваг ділових міжнародних операцій.

Згідно з такими критеріями визначення суб'єктами міжнародного бізнесу можуть виступати окремі особи, підприємства, транснаціональні структурні утворення, міжнародні організації й асоціації, інтеграційні (регіональні) угрупування та держави.

Основними формами міжнародного бізнесу є:

1. Експорт - продаж товарів (послуг) в інші країни.

2. Ліцензування - передача прав інтелектуальної власності партнеру з іншої країни на умовах отримання певних доходів

3. Франчайзинг – це спосіб діяльності, згідно з яким франчайизер (продавець) передає франчайзі (покупцеві) право на використання своєї торгівельної марки, котра є для бізнесу покупця найбільш важливим активом і за допомогою якої продавець надає постійну допомогу покупцеві в його бізнесі.

4. Управлінські контракти - спосіб направлення фірмою частини свого управлінського персоналу до іншої країни для надання підтримки іноземній фірмі чи виконання спеціалізованих управлінських функцій протягом встановленого періоду за певну плату

5. Проекти «під ключ» - спосіб діяльності, при якомуфірма-підрядчик за свої кошти будує підприємство (об’єкт), а замовник поетапно розраховується за нього.

6. Прямі іноземні інвестиції - реальні капіталовкладення в підприємства, обладнання, технологію, послуги, що створює матеріальну базу для розширення бізнесу за національні кордони

7. Спільне підприємство - володіння на пайових засадах, коли капітал належить не численності дрібних засновників, а декільком співвласникам, кожен з яких має певну частку власності і поділяє ризик.

**Суб'єктами державного регулювання підприємництва в Україні є:**Міністерство економічного розвитку і торгівлі України; Державний служба України з питань регуляторної політики та підприємництва; Ліцензійна палата, галузеві міністерства і відомства України; а також Міністерство фінансів України, Державна податкова адміністрація України, Державний комітет по стандартизації, метрології та сертифікації України, Антимонопольний комітет, місцеві органи виконавчої влади (держадміністрації, виконавчі органи рад, органи місцевого самоврядування), кожен в межах своєї компетенції і повноважень, наданих їм законом.

**Основними засобами регулюючого впливу держави па діяльність суб'єктів підприємництва**є державне замовлення, державне завдання; ліцензування, патентування і квотування; сертифікація та стандартизація; застосування нормативів та лімітів; врегулювання цін і тарифів; надання інвестиційних, податкових та інших пільг; надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.