

# ТЕМА 1

## МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ЯК ОСНОВА МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

---

### ПЛАН ЛЕКЦІЇ:

1. Сутність та характеристика міжнародного бізнесу.
2. Основні етапи розвитку міжнародного бізнесу.
3. Види та суб'єкти міжнародного бізнесу.

#### 1.1. СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

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

Міжнародний бізнес базується на можливості отримання вигод саме з переваг міждержавних 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, 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 міжнародного бізнесу, але й поясненні виникнення і розвитку міжнародного менеджменту.

Міжнародний бізнес пов'язаний з переміщенням ресурсів (сировина, капітал, технологія, люди), товарів (готові компоненти, продукти, напівфабрикати), послуг (бухгалтерський облік, юридична і банківська діяльність) з однієї країни в іншу.

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

Варто звернути увагу на те, що конкретні вигоди міжнародного бізнесу пов'язані з отриманням більшого прибутку з урахуванням таких факторів:

- 1) доступ до зарубіжних ринків робочої сили (ціна, кваліфікація);
- 2) вихід до родовищ корисних копалин і джерел сировини;
- 3) прагнення нових ринків збуту;
- 4) збільшення обсягів виробництва і зниження собівартості виробів (ефект масштабу і крива досвіду);
- 5) зменшення валютних ризиків.

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 1.1.



Структурно-логічна схема 1.1

Отже, *міжнародний бізнес* – це система ділових взаємовідносин та господарських операцій, які здійснюються суб'єктами господарювання двох або більше країн з метою отримання прибутку.

*Сучасному міжнародному бізнесу властиві такі особливості:*

- значне збільшення товарообігу під впливом науково-технічного прогресу;
- поглиблення інтернаціоналізації;
- глобальність характеру міжнародного бізнесу є його найважливішою рисою: він охоплює світову систему інформаційного ділового обміну, світовий фінансовий ринок та глобальну структуру технологічних нововведень;
- поглиблення міжнародного поділу праці;
- зміна структури товарів та послуг у світовій торгівлі (збільшення питомої ваги товарів, зменшення сировини);
- виникнення залежності деяких суб'єктів міжнародного бізнесу від закордонних партнерів;
- врахування в бізнесі культурного фактора, тобто сукупності вимог і обмежень, що накладаються культурою даної країни на тих, хто веде в ній (або з нею) бізнес;
- налагодження під впливом НТП глибоких технологічних зв'язків між суб'єктами світового бізнесу;
- прискорення об'єктивного процесу міжнародного поділу праці – товари у міжнародній торгівлі являють собою проміжні продукти, а не кінцеві вироби.

## 1.2. ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

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

Найвідоміша концепція періодизації розвитку міжнародного бізнесу запропонована у 1964 році відомим американським дослідником Річардом Робінсоном. Згідно з його концепцією, протягом останніх п'яти століть виокремлюються *чотири ери розвитку міжнародного бізнесу*:

- 1) комерційна ера;
- 2) експансійна ера;
- 3) концесійна ера;
- 4) ера незалежних держав.

Варто звернути увагу на те, що згодом Р. Робінсон виокремив п'ять еру розвитку міжнародного бізнесу (ера глобалізації), що сформувалася під впливом революційних технологічних інновацій, що зумовлюють економічні, соціальні і політичні зміни.

Кожному з цих етапів притаманні певні характеристики, які вивели міжнародний бізнес на новий рівень розвитку, що потребує якісно нової системи управління.

Детальніше характерні риси та особливості міжнародного бізнесу, що притаманні кожному з етапів його розвитку викладені в структурно-логічній схемі 1.2.

### 1.3. ВИДИ ТА СУБ'ЄКТИ 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 видів міжнародного бізнесу відносяться:*

- експорт;
- ліцензування;
- франчайзинг;
- контракти на управління;
- проекти «під ключ»;
- прямі зарубіжні інвестиції.

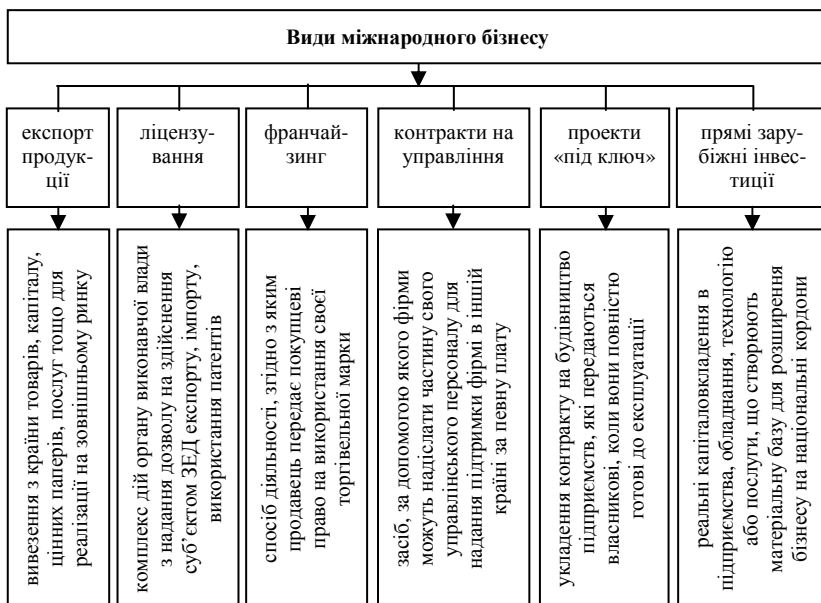
Для наочного опанування особливості зазначених видів міжнародного бізнесу представлені в структурно-логічній схемі 1.3.

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.

<b>Етапи розвитку міжнародного бізнесу</b>	
→ <b>Ера комерції (1500-1850 рр.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– зародження торгівлі колоніальними товарами в Європі;</li> <li>– пошук власної вигоди для підприємців (купців) у торгівлі із закордонними країнами;</li> <li>– розвиток сфери, що носить назву бізнес-сервісу міжнародного бізнесу (від інвестиційного та страхового до інфраструктури)</li> </ul>
→ <b>Ера експансії (1850-1914 рр.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– переорієнтація розвинутих країн на видобуток сировини та систематичне плантаційне господарювання в колоніальних регіонах як більш вигідні та економічно перспективні сфери закордонного бізнесу;</li> <li>– зростання ролі державного колоніального управління;</li> <li>– визнання доцільності та вигідності міжнародного поділу праці;</li> <li>– розвиток виробничих підприємств та філій за кордоном, а також міжнародного фінансового сервісу;</li> <li>– використання більш ефективних дешевших ресурсів;</li> <li>– розширення ринків збуту;</li> <li>– нові можливості для застосування вільного фінансового капіталу</li> </ul>
→ <b>Ера концесій (1914-1945 рр.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– перетворення потужних компаній-концесіонерів на автономні економічні держави, які здійснювали виробничі, торговельні, освітні, медичні, транспортні, часто поліцейські функції для своїх працівників, а інколи для усіх мешканців регіону;</li> <li>– поява менеджерів середньої ланки із числа місцевих працівників, зростання національної самосвідомості;</li> <li>– початок масової міграції робочої сили, інтернаціоналізація ринку праці;</li> <li>– загострення боротьби на ринках сировини, готових виробів та за конкурентні переваги у бізнесі, що і спричинило процеси розвитку національних держав та глобалізації бізнесу</li> </ul>
→ <b>Ера національних держав (1945-1970 рр.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– формування та розвиток міжнародного ринку капіталу, нових фінансових інструментів, міжнародного аудиту та консалтингу;</li> <li>– виникнення мультинаціональних компаній;</li> <li>– формування процесу глобалізації міжнародного бізнесу;</li> <li>– перетворення ТНК на системи, які включають банк, рекламні агентства, консалтингові фірми, університети, установи охорони здоров'я, що спираються на глобальну комп'ютеризацію</li> </ul>
→ <b>Ера глобалізації (з початку 70 рр. XX ст.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– посилення впливу революційних технологічних інновацій, що зумовлюють економічні, соціальні і політичні зміни;</li> <li>– могутній розвиток телекомунікацій;</li> <li>– залежність кожної держави від міжнародного бізнесу</li> </ul>

Структурно-логічна схема 1.2



Структурно-логічна схема 1.3

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 франшизер (продавець) передає франшизі (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 ТНК розглядає свої технології і торгівельні марки як важливі складові частини базових активів. У США 1/3 обігу роздрібною торгівлі – це франчайзинг. Близько 3/4 таких продажів припадає

на дилерів, які займаються збутом легкових і вантажних автомобілів, бензоколонок, та розливанням у пляшки безалкогольних напоїв.

Найбільш розповсюджений спосіб (60 %) проникнення франшизера 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. За такою схемою працюють підприємства «Мак-Дональдс».

**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.

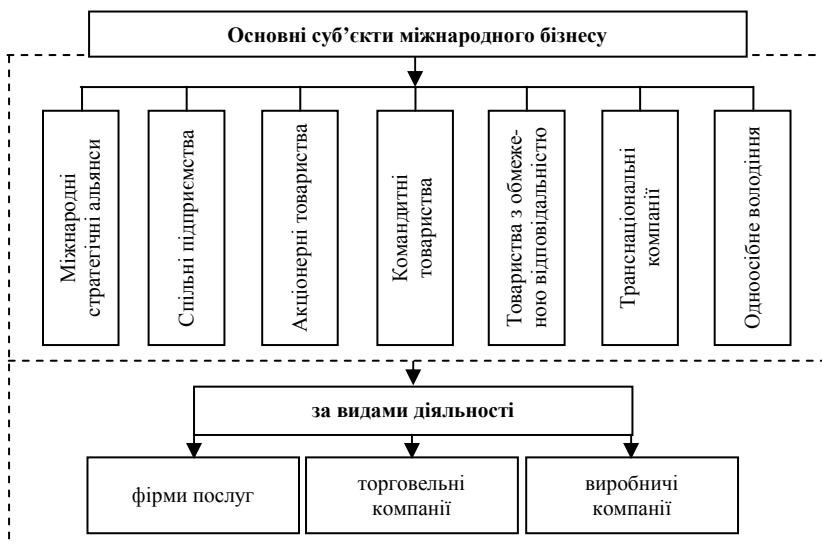
Однією з форм міжнародного бізнесу є також і контракти на будівництво підприємств (**проекти «під ключ»**). У такому разі фірма-підрядчик за свої кошти будує підприємство (об'єкт), а замовник поетапно розраховується за нього. Генеральними підрядчиками виступають виробники відповідного устаткування, проектні, 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.

*Суб'єктами міжнародних економічних відносин* на світовому, регіональному, міждержавному та міжфірмовому рівнях є: міжнародні економічні організації, інтеграційні об'єднання, держава, фірми. Головним суб'єктом міжнародного бізнесу на всіх рівнях є *міжнародна фірма*.

Класифікація фірм здійснюється залежно від видів та сфер діяльності, форм власності і правового статусу, приналежності капіталу та контролю.

Наочно основні суб'єкти міжнародного бізнесу представлені в структурно-логічній схемі 1.4.



**Структурно-логічна схема 1.4**

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:



- компенсують слабкі сторони чи створюють конкурентні переваги учасників;
- відповідають довгостроковим стратегічним планам партнерів;
- мають раціональні цілі для взаємозв'язку фірм.

У свою чергу, стратегія створення альянсів передбачає:

- створення стратегічних відносин між незалежними організаціями двох та більше країн, які мають спільні цілі, прагнуть спільної вигоди та визнають високий рівень взаємозалежності;
- об'єднання зусиль фірм для досягнення мети, реалізація якої б вимагала набагато більше витрат за умови дії поодиночі.

До міжнародних стратегічних альянсів відносяться: функціональні угоди за спільними науково-дослідними та дослідницько-конструкторськими роботами; 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 транзакцій 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 з боку 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 підприємства та із загостренням конкуренції на світовому ринку. Об'єднуючи ресурси, фірми підвищують свої шанси в боротьбі з потужними конкурентами.

**Акціонерне товариство (АТ)** – основна організаційна і правова форма великої фірми (підприємства). Корпоративна власність у формі

акціонерного товариства є провідною формою міжнародного бізнесу. В рамках міжнародних корпорацій зосереджується більшість зайнятих, вироблювальної продукції, утримуваних доходів. У статуті товариства фіксуються його мета, розмір капіталу, порядок управління, структура керівних органів та ін. Вищим органом АТ є загальні збори акціонерів, які скликаються, як правило, один раз на рік. Поточними справами АТ керує правління, спостережна рада, рада директорів.

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

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

**Командитне товариство** – це асоціація осіб, які беруть участь в бізнесі як співвласники для одержання доходів. Члени такого товариства підрозділяються на дві категорії: комплементарії, котрі несуть необмежену відповідальність всім своїм майном і командисти, котрі несуть відповідальність лише в межах свого внеску та відсторонені від участі в контролі. З податкових міркувань в якості комплементарія в командитне товариство може бути прийнято товариство з обмеженою відповідальністю. З точки зору оподаткування таке утворення є товариством, а з точки зору цивільного права дає можливість перенести необмежену відповідальність на товариство з обмеженою відповідальністю, котре стає єдиним носієм необмеженої відповідальності і, як правило, володіє лише незначним капіталом.

**Товариство з обмеженою відповідальністю.** В цих товариствах здебільшого існують тісні зв'язки між компаньйонами і товариствами. З цієї причини воно найбільше підходить для сімейних підприємств. Товариство з обмеженою відповідальністю за заборгованість, що виникла, відповідає всім своїм капіталом, а відповідальність його членів обмежується їх часткою в основному капіталі. Понад неї член товариства не несе ніякої відповідальності. Членам товариства дозволяється залишати за собою узгоджувальне право на укладання певних угод.

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

Головним критерієм розрізнення транснаціональних компаній і національних фірм, що ведуть зовнішньоекономічну експортно-імпорتنу

діяльність, є вивіз капіталу і створення підконтрольних підприємств у різних країнах світу. Якщо національні компанії здійснюють лише експортно-імпорتنі операції товарів та послуг, то ТНК організують зарубіжне (міжнародне) виробництво товарів та послуг.

**Одноосібне володіння** – це виробництво, що належить одній особі і кероване найчастіше цією ж особою. При одноосібному володінні власник повністю контролює і відповідає по зобов'язанням свого підприємства.

*За видами діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу можна згрупувати наступним чином:*

**1. Фірми послуг** – надають послуги за плату. В цю групу входять фірми, що надають транспортні, банківські, страхові, біржові, посередницькі, інформаційні послуги, послуги зв'язку, технічне обслуговування, туризм та ін.

**2. Торговельні компанії** – купують готові товари для наступного продажу їх клієнтам.

**3. Виробничі компанії** – купують сировину, перероблюють її на готові товари, а потім продають іншим компаніям або споживачам.

Ареную діяльності міжнародних фірм може бути науково-технічна, виробничо-інвестиційна, торгівельна, валютно-фінансова та кредитна сфери. Міжнародні корпорації глобальної орієнтації звичайно охоплюють всі види і сфери діяльності.

## КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

**Міжнародний стратегічний альянс (international strategic alliance)** – 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 з місією кожної з них.

**Міжнародний бізнес (international business)** – підприємницька діяльність того чи іншого економічного суб'єкта у двох і більше країнах.

**Індивідуальні підприємці (individual entrepreneurs)** – особи, які здійснюють комерційну діяльність на основі власності, що їм належить, безпосередньо управляють нею і несуть повну майнову відповідальність за результати діяльності.

**Товариство (association)** – об'єднання закритого типу з обмеженим числом учасників, що здійснюють спільну діяльність на основі пайової власності й беруть безпосередню участь в управлінні.

**Одноосібне володіння (sole proprietorship)** – виробництво, що належить одній особі і кероване найчастіше цією ж особою.

**Спільне підприємство (joint venture)** – 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.

**Корпорація (corporation)** – форма підприємництва, заснована на пайовій участі в капіталі об'єднання, юридичні права і зобов'язання якого відособлені від прав і зобов'язань його учасників.

## ЗАВДАННЯ ДЛЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ:

### Теми рефератів

1. Міжнародний бізнес як явище і процес сучасних міжнародних економічних відносин.
2. Міжнародний бізнес як основа міжнародного менеджменту.
3. Етапи розвитку міжнародного бізнесу та їх особливості.
4. Суб'єкти міжнародного бізнесу: критерії й типологія.
5. Сучасні концепції регулювання та управління міжнародним бізнесом.
6. Теоретичні засади міжнародного менеджменту.

### Тести для самоконтролю

1. Чим визначається галузева спеціалізація міжнародного бізнесу?
  - а) співвідношенням між потребами окремих країн в тій чи іншій продукції та послугах;
  - б) можливостями задоволення потреб за рахунок власного виробництва, яке в певній мірі залежить від наявності в країні відповідних сировинних ресурсів;
  - в) сукупністю угод, укладених і виконуваних через національні кордони для реалізації цілей окремих індивідуумів;
  - г) обсягами переміщуваних ресурсів.
2. На якому з етапів свого розвитку міжнародний бізнес виділив такі головні чинники успіху, які є актуальними й досі, як використання більш ефективних дешевших ресурсів, розширення ринків збуту, нові можливості для застосування вільного фінансового капіталу?
  - а) ера концесій;
  - б) ера глобалізації;
  - в) ера комерції;
  - г) ера експансії.

3. Спосіб діяльності, згідно з яким продавець передає 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 називається:

- а) ліцензування;
- б) прямі зарубіжні інвестиції;
- в) франчайзинг;
- г) управлінський контракт.

4. За допомогою якого з видів міжнародного бізнесу фірми можуть надіслати частину свого управлінського персоналу для надання підтримки фірмі в іншій країні або виконання спеціалізованих управлінських функцій протягом певного періоду за встановлену плату?

- а) франчайзинг;
- б) контракти на управління;
- в) експорт продукції;
- г) контракти «під ключ».

5. До найважливіших умов контракту «під ключ» відносять:

- а) ціну контракту;
- б) фінансування експорту;
- в) якість технології та управління;
- г) досвід та репутацію фірми.

6. 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, носить назву:

- а) партнерство;
- б) спільне підприємство;
- в) ТНК;
- г) міжнародний концерн.

7. Хто є головним суб'єктом міжнародного бізнесу на всіх рівнях?

- а) держава;
- б) інтеграційні об'єднання;
- в) фірми;
- г) міжнародні фірми.

8. Асоціація двох або більше осіб, які беруть участь в бізнесі як співвласники для одержання доходів – це:

- а) акціонерне товариство;
- б) товариство;

- в) партнерство;
- г) спільне підприємство.

9. Серед нижчеперелічених елементів назвіть ті, які входять до власного капіталу?

- а) кошти, отримані від випуску та реалізації акцій;
- б) статутний капітал;
- в) кошти банківського кредиту;
- г) резервний капітал, котрий створюється за рахунок відрахувань від прибутку.

10. Які організації створюються з метою отримання прибутку шляхом скуповування і розпорядження цінними паперами, торгівлі нерухомістю, використовуючи для цих операцій гроші вкладників?

- а) страхові компанії;
- б) торговельні компанії;
- в) ТНК;
- г) довірчі фонди.

11. Правовідношення, через яке одна особа (засновник) передає у власність іншій особі (довірчому власнику) яке-небудь майно або право з покладанням на нього зобов'язань щодо управління такою власністю від свого власного імені в якості незалежного власника для вилучення вигоди на користь третіх осіб (вигодоотримувачів) – це:

- а) офшорний банк;
- б) офшорний центр;
- в) траст;
- г) торговельна компанія.

12. Об'єднання незалежних компаній (серед них і міждержавних), переважно офіційно не оформлене, для усунення конкуренції та одержання монопольного прибутку – це:

- а) траст;
- б) партнерство;
- в) акціонерне товариство;
- г) картель.

13. Як називається розгалужена (диверсифікована) корпорація, яка контролює виробництво і маркетинг різноманітних продуктів?

- а) ТНК;
- б) конгломерат;

- в) концерн;
- г) економічний союз.

14. Організована законна підприємницька діяльність з метою одержання прибутку, яка виходить за межі державних кордонів – це:

- а) спільний ринок;
- б) офшорний центр;
- в) міжнародний бізнес;
- г) міжнародні відносини.

15. Як називається схема підприємницької діяльності, за якої компанія з економічно розвиненої країни передає технічну документацію на виготовлення певного товару виробнику з економічно відсталої країни, потім купує у нього готовий товар і продає його у себе на батьківщині?

- а) олігополія;
- б) монополія;
- в) офшорна банківська діяльність;
- г) офшорна збірка.

## РЕЗЮМЕ

Міжнародний бізнес є об'єктивною основою формування системи міжнародного менеджменту та системою задалегідь спланованих заходів з узгодження господарських операцій фірм, організацій різних країн.

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

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

Міжнародний бізнес у своєму розвитку можна поділити на кілька етапів: ера комерції – 1500-1850 рр.; ера експансії – 1850-1914 рр.; ера

концесій – 1914-1945 рр.; ера національних держав – 1945-1970 рр.; ера глобалізації – з початку 70-х рр. ХХ ст. Кожному з цих етапів притаманні певні характеристики, які вивели міжнародний бізнес на якісно новий рівень розвитку, що потребує якісно нової системи управління.

До найбільш розповсюджених видів міжнародного бізнесу відносяться експорт, ліцензування, франчайзинг, контракти на управління, проекти «під ключ» та прямі зарубіжні інвестиції. Досвідчений учасник міжнародного бізнесу використовує одночасно набір різних видів, вибираючи і комбінуючи їх у залежності від напрямку та умов діяльності в тій чи іншій країні.

Головними суб'єктами міжнародного бізнесу на всіх рівнях є міжнародні стратегічні альянси, спільні підприємства, акціонерні товариства, командитні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, транснаціональні компанії та одноосібне володіння, які, в свою чергу, класифікуються залежно від видів діяльності: фірми послуг, торговельні компанії та виробничі компанії.

### КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. У чому полягає основна мета міжнародного бізнесу і які існують засоби досягнення цієї мети?
2. Які особливості характерні сучасному міжнародному бізнесу?
3. У чому полягають характерні риси кожного з етапів розвитку міжнародного бізнесу?
4. Розкрийте сутність і функціональні особливості міжнародних стратегічних альянсів.
5. Які, на Вашу думку, види міжнародного бізнесу є найбільш привабливими в умовах ринку для українських компаній?
6. Назвіть недоліки та позитивні характеристики основних організаційно-правових форм міжнародного бізнесу.
7. Які існують рівні регулювання міжнародного бізнесу?

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Белоусов А.С. Международный менеджмент: [учебник] / А.С. Белоусов. – М.: Экономист, 2007. – 330 с.
2. Березной А. Мировая индустрия управленческого консалтинга на пороге XXI в. / А. Березной // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 9. – С. 3-17.



3. Гіл Чарльз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук. – К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. – 856 с.
4. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: [учебное пособие] / П. Друкер. – М.: «Вильямс», 2001. – 272 с.
5. Карпенко М. Менеджмент в цифрах / М. Карпенко // Компаньон. – 2005. – № 36. – С. 40-44.
6. Майер Д.М. Міжнародне середовище бізнесу. Конкуренція та регулювання у глобальній економіці / Д.М. Майер. – К.: Либідь, 2002.
7. Международный менеджмент: [учебник для вузов] / С.Э. Пивоваров, Д.И. Баркан, Л.С. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2000. – 624 с.
8. Мирова экономика: [учебное пособие] / Б.М. Маклярьский. – М.: Междунар. отношения, 2004. – 424 с.
9. Михайлова Л.І. Міжнародний менеджмент: [навчальний посібник для вузів] / Л.І. Михайлова. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.
10. Міжнародний менеджмент: [навчальний посібник] / В.С. Білозубенко, О.В. Озаріна, А.А. Семенов; за редакцією професора О.Б. Чернеги. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 592 с.
11. Міжнародний менеджмент: [навчальний посібник] / І.О. Піддубний, І.Е. Астахова, Л.М. Бондаренко, Н.М. Лисиця, А.І. Піддубна, Т.О. Резнікова; за редакцією проф. І.О. Піддубного. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 252 с.
12. Міжнародний менеджмент: [навчальний посібник]. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 250 с.
13. Мочерний С. Інтернаціоналізація виробництва і сучасні тенденції розвитку світового господарства / С. Мочерний // Економіка України. – 2006. – № 5. – С. 47-55.
14. Пряникова Ю. Температура бізнеса в мире не стабільна / Ю. Пряникова // Компаньон. – 2005. – № 3. – С. 44-47.
15. Фомишин С.В. Международные экономические отношения на рубеже тысячелетий: [учебное пособие] / С.В. Фомишин. – Херсон: Олди-плюс, 2002. – 560 с.
16. Школа І.М. Міжнародні економічні відносини: [підручник] / І.М. Школа, В.М. Козменко, О.В. Бабанська. – Київ: КНТЕУ, 2003.