

СУТЬ
ТА ХАРАКТЕРНІ
РИСИ
МІЖНАРОДНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ

ПЛАН

1. Поняття міжнародного бізнесу
2. Еволюційний розвиток міжнародного бізнесу
3. Глобалізація і інтернаціоналізація
4. Транснаціональні корпорації як об'єкт міжнародного менеджменту
5. Міжнародний менеджмент
6. Особливості діяльності міжнародних менеджерів

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

- ◎ Це здійснення ділових операцій партнерами в більше ніж в одній країні.

ВІДМІННОСТІ ВІД НАЦІОНАЛЬНОГО

- Використанні різних валют
- Розходження між правовими системами
- Культурна відмінність
- Різноманітний склад та об'єм доступних ресурсів

ХАРАКТЕРНІ РИСИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

- ◎ **ОТРИМАННЯ ПРИБУТКУ**
- ◎ **ДІЛОВА УГОДА КОМПАНІЙ З РІЗНИХ КРАЇН**
- ◎ **ВИКОРИСТАННЯ ПЕРЕВАГ МІЖНАРОДНИХ ДІЛОВИХ ОПЕРАЦІЙ**

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ

- ⦿ Міжнародний бізнес являє собою сукупність ділових операцій, пов'язаних з перетинанням національних кордонів і рухом товарів, послуг, капіталів, працівників; трансфером технологій, інформації і даних, і навіть керівництво виконавцями [Robock S. H., Simmonds K., p. 3].
- ⦿ *Зарубіжний бізнес означає для національної компанії сукупність операцій за кордоном в одній або кількох країнах.*
- ⦿ *Порівняльний бізнес робить акцент на зіставленні ділових операцій у різних країнах, їх загальних рис і відмінностей.*

ПЕРЕВАГИ БІЗНЕСУ

Конкретні вигоди міжнародного бізнесу пов'язані з отриманням більшого прибутку з урахуванням таких факторів:

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

ПЕРІОДИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

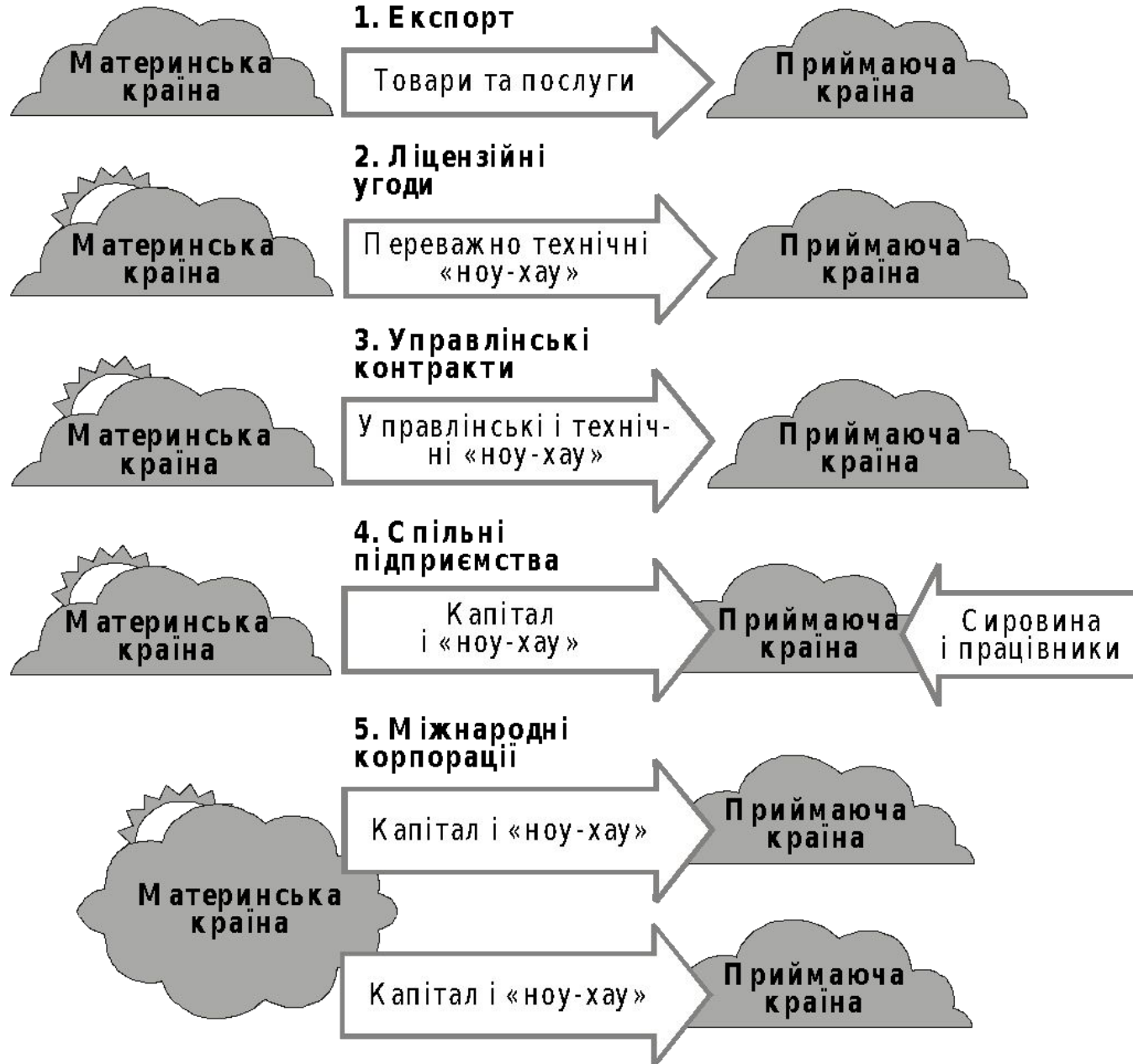
запропонована відомим американським
дослідником *Річардом Робінсоном*

- Комерційна ера (1500—1850 рр.)
- Ера експансії (1850—1914 рр.)
- Ера концесій (1914—1945 рр.).
- Ера національних держав (1945—1970 рр.),
- Ера глобалізації (з 1970р.)

ПОНЯТТЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

- ◎ **Глобалізація – це посилення взаємозалежності національних економік, переплетіння соціально-економічних процесів, що відбуваються у різних регіонах світу і спонукають фірми до пошуку кращих умов діяльності [Панченко, 1996, с. 4].**

Форми міжнародного бізнесу



ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

- **Експорт** є найпростішою формою міжнародного бізнесу і являє собою продаж товарів (послуг) в інші країни.
- **Локальне складування і продаж** означає завезення великих партій товарів на спеціальні склади в країні-господарі з метою подальшого продажу товарів з цього складу-магазину.
- **Локальне складання і продаж** означає експорт з материнської країни або з третіх країн до країни-господаря комплектуючих деталей чи вузлів з подальшим складанням у місці на власному або орендованому підприємстві готової продукції з наступними продажами як у приймаючій країні, так і третіх країнах.
- **Ліцензування** означає передачу прав інтелектуальної власності партнеру з іншої країни на умовах отримання певних доходів.

ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

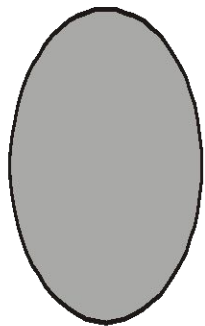
- Франчайзинг – це особлива форма лізингової угоди, за якої франчайзер не тільки продає інтелектуальну власність (переважно торгіву марку), а й вимагає чіткого дотримання правил ведення бізнесу.
- Управлінські контракти є способом направлення фірмою частини свого управлінського персоналу до іншої країни для надання підтримки іноземній фірмі чи виконання спеціалізованих управлінських функцій протягом встановленого періоду за певну плату.
- Спільним підприємством називають такі міжнародні фірми, які мають двох або більше засновників – юридичних осіб з різних країн.
- Міжнародні корпорації являють собою підприємства з прямими іноземними інвестиціями, коли зарубіжні філії є власністю компанії.

МОДЕЛЬ ГОВАРДА ПЕРЛМУТТЕРА EPRG

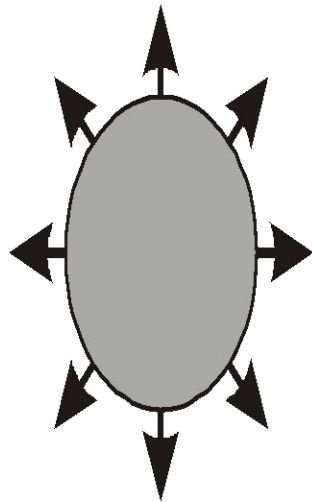
- ◉ *Етноцентризм (E)* означає підпорядкування зарубіжних операцій внутрішнім операціям.
- ◉ *Поліцентризм (P)* — врахування особливостей бізнесового середовища кожної приймаючої країни.
- ◉ *Регіоцентризм (R)* — зосередження повноважень і комунікацій на регіональному рівні, який включає групу приймаючих країн — сусідів.
- ◉ *Геоцентризм (глобалізм) (G)* — означає діяльність компанії по всьому світу шляхом розвитку співробітництва штаб-квартири з філіями для розробки стандартів і процедур, що відповідають і загальним, і локальним завданням фірми.

ФАЗИ ІНТЕРНАЛІЗАЦІЇ КОМПАНІЇ

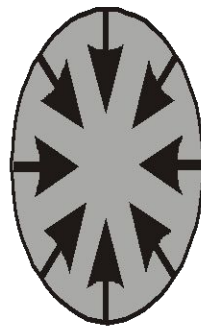
- За Н. Адлером



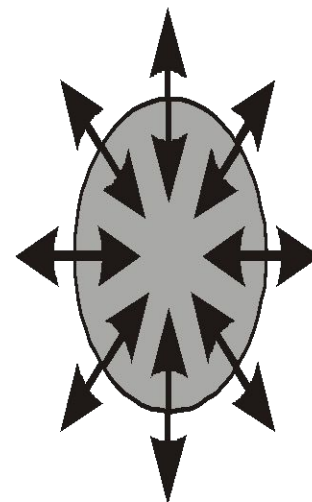
Фаза I
Національні
фірми



Фаза II
Міжнародні
фірми



Фаза III
Мультинаціональні
фірми



Фаза IV
Глобальні
фірми

ІНТЕРНАЛІЗАЦІЯ

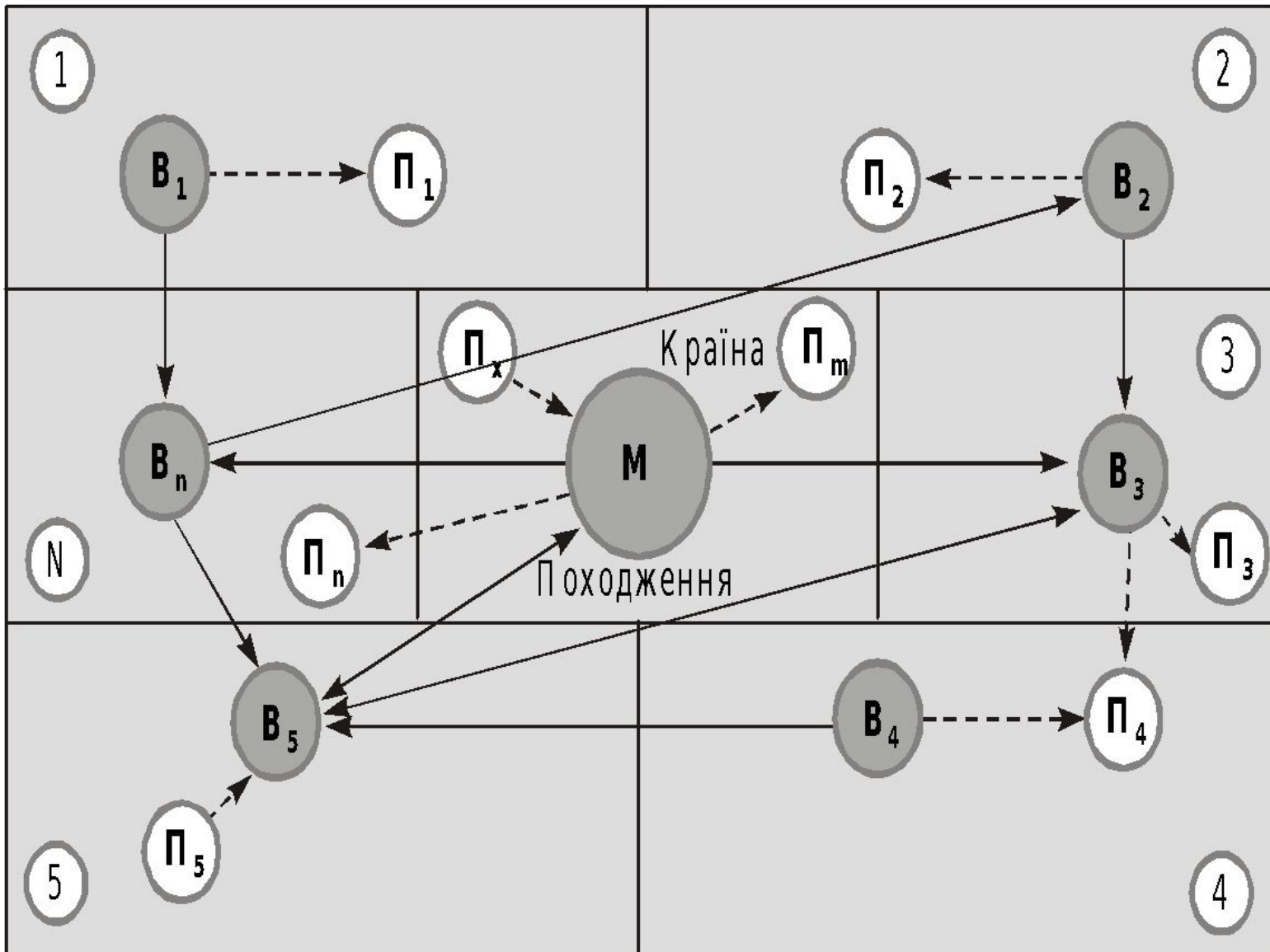
- ◎ процес перетворення зовнішніх ринкових зв'язків у внутрішні (централізовано корпоративні) за умов більшої досконалості останніх.
- ◎ теорія інтерналізації була розвинута в працях Дж. Ф. Хеннарта, К. Н. Пітеліса, Р. Садена

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНА КОРПОРАЦІЯ

(Transnational Corporation, Multinational Enterprise, Multinational Company, Multinational Corporation) –

підприємство, що об'єднує юридичних осіб будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності в двох і більше країнах та здійснює проведення взаємозв'язаної політики та спільної стратегії завдяки одному чи кільком центрам прийняття рішень.

СХЕМА ТНК



МІЖНАРОДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

- ◎ це процес застосування управлінських концепцій та інструментів у багатокультурному середовищі та отриманні завдяки цьому додаткових переваг і заощадження часу.
- ◎ *дві основні складові:*
 - функції і концепції загального менеджменту – базова складова;
 - національні моделі менеджменту материнських країн, в яких були засновані ті чи інші міжнародні корпорації – культурологічна складова.

7 ОСНОВНИХ РОЛЕЙ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖЕРА

1. *Організатор стратегічного пошуку можливостей фірми на зовнішньому ринку.*
2. *Стратегічний мотиватор.*
3. *Культурний аналітик.*
4. *Ефективний організатор і керівник інтернаціонального колективу.*
5. *Дипломат.*
6. *Громадський діяч.*
7. *«Стратегічний оптимізатор» міжнародного бізнесу.*