

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В статті викладені актуальні питання міжнародного менеджменту, принципи і механізм їх функціонування, які зацікавлять менеджерів та спеціалістів, що розвивають міжнародний бізнес на підприємствах (компаніях) України

Соціально – економічний розвиток держав і окремих регіонів, галузей у ХХІст. визначається особливостями прояву двох суперечливих тенденцій: інтеграція і глобалізація, викликаних високими темпами науково – технічного прогресу і його досягнень, розширенням області застосування інформаційних технологій, удосконаленням засобів зв'язку, розвитком ідивідуумів, прагнення до пізнання, спілкування, обміну і підвищення якості життя.

Процеси, що відбуваються, свідчать про те, що глобалізація заміняє конкуренцію між країнами і регіонами на конкуренцію між виробниками, втягує в міжнародний поділ праці широке коло підприємств. Міжнародні корпорації впевнено демонструють свої досягнення і здатність протистояти різним несприятливим факторам. Для багатьох підприємств України конкуренція на міжнародному рівні – це майбутнє. Але вже зараз у наслідок відкритості кордонів виробник отримав можливість здобувати матеріальні і трудові ресурси там, де вони відповідають його уявленням про якість і ціну, переміщувати стадії виробничих процесів в інші країни, якщо витрати на координацію діяльності нижчі за одержувані вигоди, реалізувати свою продукцію там, де він вважає доцільним.

Процес глобалізації змушує учасників міжнародних економічних відносин підкорятися єдиним стандартам поведінки, формувати нові інноваційні стратегії розвитку і є найважливішою передумовою прискорення розвитку теорії і практики міжнародного менеджменту.

Посилення інтеграційних процесів створює базу для переміщення і широкого використання досягнень міжнародного менеджменту в різних країнах світу і регіональних центрах, формує умови для підвищення ефективності всіх суб'єктів господарської діяльності.

Основним суб'єктом управління міжнародною діяльністю є міжнародні корпорації. Величезні економічні ресурси найбільших компаній дозволяють їм здійснювати всесвітню виробничо – фінансово – комерційну і науково – технічну діяльність.

Основною формою міжнародних корпорацій є транснаціональні компанії (ТНК). Як свідчить світова практика, компанії, які відкривають власні підрозділи в інших країнах, демонструють більш якісний менеджмент, ніж місцеві фірми (підприємства). а тому цілком зрозумілим є постійне збільшення кількості

міжнародних корпорацій і особливо кількості закордонних підрозділів з 64 тис. ТНК і близько 700 тис. їх підрозділів за кордоном наприкінці 1990 років до 80 тис. ТНК і майже 900 тис. їх закордонних підрозділів у 2005 році [5].

Поряд з постійним зростанням кількості ТНК і їх закордонних підрозділів зростає потреба міжнародних корпорацій в різних категоріях спеціалістів, наукових співробітників, менеджерів. Для розв'язання цієї проблеми міжнародні корпорації використовують два способи:

- залучення таких категорій працівників зовні, звертаючись на міжнародний ринок праці;
- підготовка необхідних кадрів власними зусиллями. З цією метою багато корпорацій створюють спеціальні університети, або бізнес – школи. за даними дослідницької компанії (Corporate University Exchange) кількість таких університетів за останні десять років у розвинутих країнах збільшилась у 4 рази. Якщо така тенденція збережеться то в найближчі 5 – 10 років корпоративних університетів буде більше ніж звичайних.

Організаційна структура міжнародної корпорації має такий вигляд (рис.1)

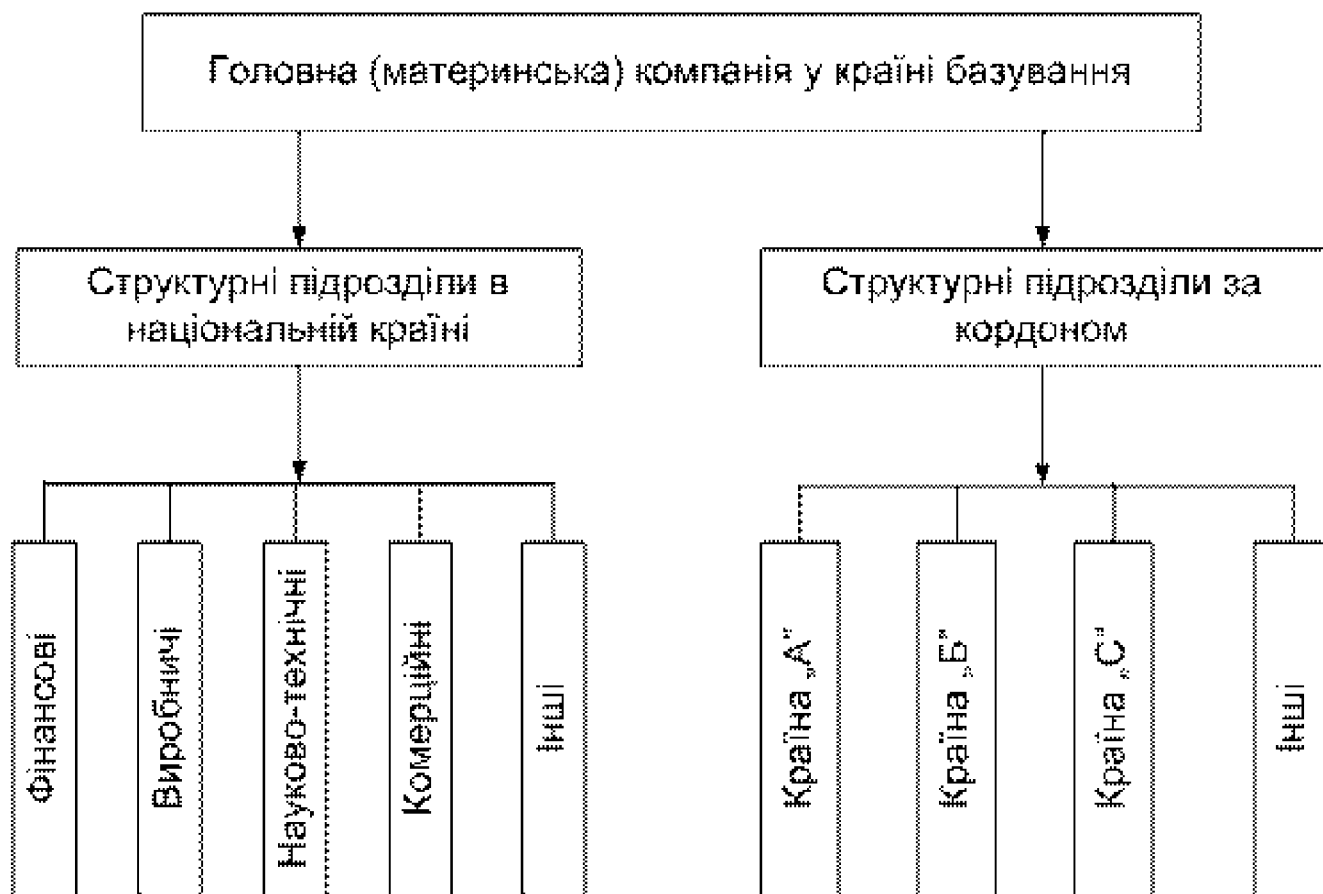


Рис. 1 Організаційна структура міжнародної корпорації.

Створюючи ту чи іншу форму господарських підрозділів дочірні компанії, філії, спільні підприємства, засновник переслідує певну мету. Зокрема, дочірня компанія має переваги в тому розумінні, що материнська фірма має можливість відстрочити оплату будь-яких податків країни місцезнаходження цієї фірми.

Одним з найбільш важливих і необхідних структурних підрозділів сучасних міжнародних корпорацій є корпоративна розвідка, діяльність якої пов'язана з необхідністю ретельного маркетингового дослідження конкурентного середовища і використання конкурентної розвідки як інструмента досягнення конкурентних переваг [4]. За останнє десятиріччя конкурентна розвідка стала дуже розповсюдженим заняттям як провідних ТНК, так і багатьох локальних компаній і маловідомих фірм. IBM, Microsoft, Xerox, Intel і багато інших корпорацій зробили конкурентну розвідку одним із основних видів своєї діяльності.

Завдання, які ставляться перед конкурентною розвідкою, знаходяться в трьох основних площинах. Перш за все, це виявлення окремих конкурентів компанії і заставлення її бізнесу з бізнесом конкурентів. В рамках цього завдання відслідковується справжнє становище конкурентів, вивчаються їх ринковий профіль, поточні дії, а також прогнозуються наслідки діяльності.

На більш високому рівні, який виходить за межі конкретного бізнесу, розвідка аналізує поточну ситуацію у зовнішньому середовищі і її вплив на конкретних суб'єктів ринку.

Найбільш складним завданням є стратегічне дослідження конкурентного оточення, прогнозування довгострокового розвитку ринку і змін ринкового середовища. Стратегічна конкурентна розвідка вивчає ключові сили, які рухають або будуть рухати всіма змінами на ринку. Виконуючи її рекомендації, компанія визначає напрями своєї діяльності, орієнтує фінансові та інші ресурси на декілька років вперед.

Ефективність міжнародного менеджменту, всього міжнародного бізнесу значною мірою визначає досвід менеджерів.

Серед принципів сучасного міжнародного менеджменту виділяються наступні, які можуть бути використані підприємствами в Україні.

1. Глобальний підхід до управління міжнародним бізнесом.
2. Особлива роль належить системі розподілу цілей, функцій і завдань менеджменту з точки зору географічної і галузевої спрямованості міжнародного бізнесу. В Україні більшість менеджерів не мають досвіду міжнародних, а тим більше глобальних операцій, що робить їх нездатними реально оцінювати зусилля і фактори для прийняття ефективних управлінських рішень.
3. Обов'язкове складання певної бізнес - моделі. Світова критика свідчить, що постійна гонка за негайними результатом впливає на здатність менеджерів оперувати довгостроковими категоріями. Наявність діючою бізнес - моделі необхідна для того, щоб переконати скептично налаштованих інвесторів.
4. Здійснення контролю в сфері міжнародного бізнесу. В практиці міжнародного менеджменту широко використовуються чотири основних системи контролю: особистий контроль, бюрократичний контроль, контроль за результатами і культурний контроль.
5. Адекватне застосування принципів менеджменту. Адекватність в даному

випадку дозволяє розвивати такі унікальні риси міжнародного бізнесу, як:

- управління, що ґрунтується на довірі, яке веде до стабільності в компанії, посилює почуття корпоративної спільності, служить основою для раціональної системи найму і використання певних категорій кадрів;
- управління знаннями за принципом «з центру – догори – наниз», що дозволяє уникнути інформаційного перенавантаження топ – менеджменту, оскільки догори надходять лише третина всієї інформації, яка надходить до компанії зовні;
- тотальне управління якістю, де від менеджера вимагається значно більше, ніж вміння впливати на підлеглого зарплатою, похвалою або осудженням. Менеджер повинен побудувати свою роботу так, щоб підлеглі отримували задоволення від своєї роботи.

При цьому дуже важливо, щоб менеджер постійно підвищував свої знання, ерудицію. Звідси виникає необхідність кількісної оцінки менеджменту. Економісти Лондонської школи економіки (London School of Economics) та компанії McKinsey вперше у 2005 році спробували відобразити у цифрах роль менеджерів в управлінні компанією, і особливо міжнародною корпорацією. Основний висновок проекту – успішність і прибутковість компанії а першу чергу залежить від якісного менеджменту, і тільки потім від умов, створених країні для даної галузі, нормативної бази і географічного положення.

Міжнародні корпорації знаходяться під впливом багатьох факторів зовнішнього середовища, які формують умови розвитку довгострокових конкурентних переваг.

Висновок:

Осмислення досягнень світових лідерів, їхньої участі в створенні системи стійкого розвитку глобальної економіки є найважливішим завданням, що закладає основи для сприйняття нових детермінант розвитку менеджменту організацій.

Список літератури

1. Ансофф Н. Стратегическое управление. пер. с англ. – М., 1989.
2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. К., КНЕУ, 2000.
3. Международный менеджмент / Под ред. С. Э. Пивоварова и др. СПб, 2001.
4. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. М., 2001.
5. Чернега О. Б. Международный менеджмент. К., 2006.