

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«Глобалізація світових виробництв і участь в ній України»

Виконала: студентка II курсу, групи МЕВ-19вм
ОПП з міжнародних економічних відносин
Спеціальності 292 Міжнародні економічні
відносини

Ржавікіна Діана Євгеніївна

Керівник: Лимонова Ельвіна Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент

Дніпро
2021

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Освітній ступінь МАГІСТРА

ООП з міжнародних економічних відносин

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

Затверджую:

Зав. кафедри ____ Задоя А.О. _____

(підпис, прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

“ ____ ” _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Ржавікіна Діана Євгенівна

1. Тема роботи: «Глобалізація світових виробництв і участь в ній України»

2. Керівник роботи: Лимонова Єльвіна Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент

Затверджені наказом від " ____ " _____ 20__ р., № ____

3. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 28.12.2020 р

4. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

- розглянути розвиток сучасного світового виробництва: сутність, передумови та еволюція теоретичних концепцій;

- дослідити етапи та принципи формування стратегії розвитку підприємства на міжнародному ринку;

- визначити основні форми освоєння ринків українським бізнесом;

- дослідити динаміку світової торгівлі;

- проаналізувати динаміку міжнародних інвестицій в глобальному середовищі;

- здійснити аналіз діяльності міжнародних ТНК;

- провести аналіз міжнародного середовища, на якому діють українські фірми;

- дослідити інновації як фактор міжнародної конкурентоспроможності українського бізнесу;

5. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити):

-закономірності глобалізаційних процесів сучасності та місця України в процесі глобалізації світового господарства;

- розвиток сучасного світового виробництва: сутність, передумови та еволюція теоретичних концепцій;

- досліджено динаміку світової торгівлі; проаналізовано динаміку міжнародних інвестицій в глобальному середовищі;

-здійснено аналіз діяльності міжнародних ТНК та аналіз міжнародного середовища, на якому діють українські фірми;

- досліджено інновації як фактор міжнародної конкурентоспроможності українського бізнесу;

- розглянуто діяльність українського бізнесу в глобальному економічному просторі.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали, посада)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1. Теоретичні засади забезпечення розвитку підприємства на світовому ринку	Лимонова Е. М. к.е.н., доцент		
Розділ 2. Дослідження особливостей розвитку глобального бізнесу	Лимонова Е. М. к.е.н., доцент		
Розділ 3. Дослідження особливостей розвитку українського бізнесу в умовах нестабільності зовнішнього середовища на прикладі харчової промисловості	Лимонова Е. М. к.е.н., доцент		

7. Дата видачі завдання 12.09.2020

8. Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1.	Вибір теми	20.09.2020	
2.	Підготовка завдання	25.09.2020	
3.	Узгодження плану	01.10.2020	
4.	Розділ 1	01.11.2020	
5.	Розділ 2	25.11.2020	
6.	Розділ 3	20.12.2020	
7.	Здача закінченої роботи	28.12.2020	
8.	Попередній захист	10-15.01.2021	
9.	Захист кваліфікаційної роботи	20-26.01.2021	

Здобувач

підпис

Ржавікіна Д. Є. _____

прізвище, ініціали

Керівник кваліфікаційної роботи _____

підпис

Лимонова Е. М. _____

прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

Ржавікіна Д. Є. Глобалізація світових виробництв і участь в ній України.

У роботі визначено закономірності глобалізаційних процесів сучасності та місця України в процесі глобалізації світового господарства. Автором розглянуто розвиток сучасного світового виробництва: сутність, передумови та еволюція теоретичних концепцій; досліджено етапи та принципи формування стратегії розвитку підприємства на міжнародному ринку; визначено основні форми освоєння ринків українським бізнесом. У практичному розділі досліджено динаміку світової торгівлі; проаналізовано динаміку міжнародних інвестицій в глобальному середовищі; здійснено аналіз діяльності міжнародних ТНК та аналіз міжнародного середовища, на якому діють українські фірми. В останньому розділі досліджено інновації як фактор міжнародної конкурентоспроможності українського бізнесу; додатково розглянуто діяльність українського бізнесу в глобальному економічному просторі.

Практичне значення дослідження визначається можливістю його застосування державними органами України при виробленні зовнішньоекономічної політики, а також застосування в навчальних цілях при читанні курсів «Світова економіка», «Міжнародні економічні відносини» та спецкурсів з питань економічної глобалізації.

Ключові слова: *глобалізаційні процеси, злиття, ефективність діяльності, інновації, інтеграція, міжнародний ринок, міжнародне середовище.*

SUMMARY

Rzhavikina D. Globalization of world industries and Ukraine's participation in this process.

The regularities of modern globalization processes and the place of Ukraine in the process of globalization of the world economy are determined in the work. The author considers the development of modern world production: the essence, prerequisites and evolution of theoretical concepts; the stages and principles of formation of strategy of development of the enterprise in the international market are investigated; the basic forms of development of the markets by the Ukrainian business are defined. The practical section examines the dynamics of world trade; the dynamics of international investments in the global environment is analyzed; an analysis of the activities of international TNCs and an analysis of the international environment in which Ukrainian firms operate. The last section examines innovations as a factor in the international competitiveness of Ukrainian business; additionally, the activity of Ukrainian business in the global economic space is considered.

The practical significance of the study is determined by the possibility of its application by state bodies of Ukraine in the development of foreign economic policy, as well as its use for educational purposes in reading courses "World Economy", "International Economic Relations" and special courses on economic globalization.

Keywords: *globalization processes, mergers, efficiency, innovations, integration, international market, international environment.*

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

БНК – багатонаціональні корпорації

ВВП – валовий внутрішній продукт

ВНД – валовий національний дохід

ЗЕД – зовнішньоекономічна діяльність

ЄС – Європейський Союз

МВФ – Міжнародний валютний фонд

ПП – прямі іноземні інвестиції

ТНК – транснаціональна компанія

СОТ – Світова організація торгівлі

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА СВІТОВОМУ РИНКУ	12
1.1. Розвиток сучасного світового виробництва: сутність, передумови та еволюція теоретичних концепцій.....	12
1.2. Етапи та принципи формування стратегії розвитку підприємства на міжнародному ринку.....	21
1.3. Основні форми освоєння ринків українським бізнесом	28
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО БІЗНЕСУ	34
2.1. Динаміка світової торгівлі.....	34
2.2. Динаміка міжнародних інвестицій в глобальному середовищі	39
2.3. Аналіз діяльності міжнародних ТНК.....	51
РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПРИКЛАДІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	63
3.1. Аналіз міжнародного середовища, на якому діють українські фірми	63
3.2. Інновації як фактор міжнародної конкурентоспроможності українського бізнесу.....	68
3.3. Діяльність українського бізнесу в глобальному економічному просторі..	75
ВИСНОВКИ	80
ДОДАТКИ.....	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	85

ВСТУП

Актуальність роботи. Глобалізація наразі виступає важливим реальним аспектом сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, що визначають подальший хід розвитку нашої планети. Процес глобалізації стосується всіх сфер суспільного життя, включаючи економіку, політику, соціальну сферу, культуру, екологію, безпеку та ін. Загальний характер глобалізації проявляється в тому, що вона торкнулася не тільки економічної сфери, а й культурного розвитку, політичної діяльності, мистецьких напрямків, соціальних сфер тощо. Якщо, спочатку в процесі глобалізації брали участь промислово розвинені країни, то поступово в нього включаються країни, що розвиваються і також країни з перехідною економікою.

Глобалізація являє собою взаємопроникнення, взаємопов'язаність і переплетіння економік країн світу, коли економічні процеси, що відбуваються в одній країні, знаходять відображення в інших країнах, засновані на нових інформаційних технологіях і представляє весь світ як єдине ціле.

Глобалізація, які наразі має місце в світовій економіці, прямолінійно пов'язана зі зміною відносин власності на більш високий ступінь розвитку. В результаті розвитку міжнародної співпраці, міжнародного поділу праці, зовнішньої торгівлі та міжнародних економічних відносин у виробництві зміцнюються відносини та взаємозалежність економіки країни, а нормальний розвиток неможливий без зовнішніх факторів. Це явище називається інтернаціоналізацією економічного життя. Інтернаціоналізація економічної діяльності означає взаємозалежність та посилення взаємозалежності економіки кожної країни, вплив міжнародних економічних відносин на національну економіку та участь кожної країни у світовій економіці.

У своєму розвитку інтернаціоналізація економіки пройшла ряд етапів на шляху до глобалізації.

Основними напрямками зовнішньоекономічної політики України останніх років були лібералізація валютних операцій та експортно-імпоротної діяльності, тісна співпраця з міжнародними економічними організаціями, головний акцент ставився на економічних зв'язках, насамперед, із ринками ЄС.

Природа глобалізації, зміст і тенденції цього явища розглядалися в роботах С. І. Долгова, В. Кузнєцова, А. І. Нікіпєлова, А. А. Пороховская, А. І. Ракитова, О. В. Черковца, Ю. В. Шишкова, а також в роботах зарубіжних авторів М. Арчер, І. Валерстайна, К. Омае, Р. Робертсона, С. Хантінгтона тощо.

Метою написання роботи є визначення закономірностей глобалізаційних процесів сучасності та місця України в процесі глобалізації світового господарства.

Основними завданнями, які необхідно вирішити в процесі написання роботи, є наступні:

- розглянути розвиток сучасного світового виробництва: сутність, передумови та еволюція теоретичних концепцій;
- дослідити етапи та принципи формування стратегії розвитку підприємства на міжнародному ринку;
- визначити основні форми освоєння ринків українським бізнесом;
- дослідити динаміку світової торгівлі;
- проаналізувати динаміку міжнародних інвестицій в глобальному середовищі;
- здійснити аналіз діяльності міжнародних ТНК;
- провести аналіз міжнародного середовища, на якому діють українські фірми;
- дослідити інновації як фактор міжнародної конкурентоспроможності українського бізнесу;
- розглянути діяльність українського бізнесу в глобальному економічному просторі .

Об'єктом представленого дослідження є Україна і її місце в світовому господарстві.

Предмет дослідження – глобалізаційні процеси світового виробництва та напрямки зміцнення становища України у світовій економіці.

Методологічною основою дослідження є системний, комплексний підхід до вивчення глобалізаційних процесів в рамках економічної науки, в поєднанні з його вивченням на «стиках» з іншими науками, що займаються дослідженням глобалізації. В окремих фрагментах застосовані методи індукції і дедукції, якісний і кількісний аналіз, метод порівнянь і аналогій. Проведене дослідження ґрунтується також на положенні про діалектичний взаємозв'язок різних сфер людської життєдіяльності.

Основою для теоретичної частини дослідження, що проводиться послужили праці, дослідні роботи, матеріали доповідей та конференцій вітчизняних та зарубіжних теоретиків і практиків у галузі дослідження процесів глобалізації.

Статистичної та інформаційною базою для роботи послужили документи і публікації Світової організації торгівлі, матеріали Міжнародного валютного фонду, Світового банку, ООН, ЮНКТАД, Держкомстату, інших організацій, а також офіційні ресурси Інтернет-мережі.

Наукова новизна роботи полягає в наступному: економічна глобалізація визначена як процес інтернаціоналізації господарської життєдіяльності людини, заснований на культурно-інституційній конвергенції, під якою мається на увазі процес зближення історично сформованих систем інститутів різних країн; в цьому полягає основна якісна відмінність глобалізації від інтеграційних процесів, що мали місце в світовій економіці раніше; доведена теза про те, що основним чинником, що визначає можливість включення національної економіки в глобальний, єдиний світовий економічний простір, є ступінь адаптаційної гнучкості національної культури, її здатність до формування нових інститутів, що забезпечують таке включення.

Практичне значення дослідження визначається можливістю його застосування державними органами України при виробленні зовнішньоекономічної політики, а також застосування в навчальних цілях при

читанні курсів «Світова економіка», «Міжнародні економічні відносини» та спецкурсів з питань економічної глобалізації.

Структура представленої роботи містить вступ, три розділи, висновки та пропозиції і список використаних джерел.

Апробація роботи здійснена у вигляді публікації тез доповіді.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА СВІТОВОМУ РИНКУ

1.1. Розвиток сучасного світового виробництва: сутність, передумови та еволюція теоретичних концепцій

Світове господарство з наукової точки зору – розділ економічної теорії, що досліджує закономірності взаємодії національних економік та міжнародних економічних організацій в сфері зовнішньої торгівлі, міждержавного переміщення робочої сили, фінансування та формування міжнародної економічної політики.

У сучасній науковій літературі склалися різні підходи до трактування поняття «світове господарство», що визначає його дискусійність. Найчастіше світове господарство пов'язують з категоріями «світова економіка», «всесвітнє господарство». Відсутність єдиного підходу до досліджуваної економічної категорії обумовлено різноманіттям форм прояву світового господарства, його складністю і суперечливістю. Аналіз існуючих підходів до визначення світового господарства дозволив виділити кілька основних трактувань, які представлені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення економічної категорії «світове господарство»*

№ п/п	Автори	Визначення
1	Авдокушин Е.Ф.	«Сучасна світова економіка - це так зване утворення глобальної економіки, низка національних економік, які тісно співпрацюють і взаємозалежні через міжнародні економічні відносини, і процес, який дотримується об'єктивних законів ринкової економіки» [2, с.15].
2	Гужва Є.Г., Лісова М.І., Кондратьєв А.В.	«Світове господарство - сукупність національно-державних і недержавних структур, а також їх взаємодій на основі міжнародного поділу праці і політичних контактів» [27, с.6].

Продовження таблиці 1.1

3	Кругман П., Обстфельд М., Мелітц М.	«Світова економіка - система економічних взаємовідносин між суверенними державами» [130, с.34].
4	Раджабова З.К.	«Світова економіка - це сукупність національних господарств, що знаходяться в постійній динаміці, в розвитку, що володіють зростаючими взаємозв'язками і взаємовпливом, в результаті чого складається більш-менш цілісна світова економічна система» [87, с.6].
5	Шишков Ю.В.	«Світова економіка - економічна система, яка відтворюється на рівні певних аспектів продуктивності праці, виробничих відносин та надструктурних відносин, настільки, що економіки держав-членів мають певний ступінь сумісності на кожному з трьох рівнів.» [106, с.80].

* Складено автором за даними джерел [2; 27; 87; 106; 130]

У всіх представлених визначеннях світового господарства фігурують такі терміни, як економічна система, національне господарство, міжнародні економічні відносини тощо.

Одні вчені визначають світове господарство як сукупність національних господарств, які пов'язані один з одним системою міжнародного поділу праці, різноманітними економічними зв'язками. Інші науковці трактують світову економіку як систему міжнародних економічних взаємин. При цьому в другому випадку до уваги береться виробництво, яке багато в чому визначає міжнародні економічні взаємозв'язки.

Більшість авторів сходяться в тому, що світове господарство – це цілісна економічна система. На нашу думку, найбільш повним є визначення Гужви Є.Г., згідно з яким «світове господарство – сукупність національно-державних і недержавних структур, а також їх взаємодій на основі міжнародного поділу праці і політичних контактів» [27, с.6].

Світове господарство являє собою єдиний економічний простір або мегаекономіку, в якій діють різні групи суб'єктів (рис. 1.1). Виділяють такі самостійні суб'єкти, як світові фінансові центри, світові міста, окремі регіони країн.

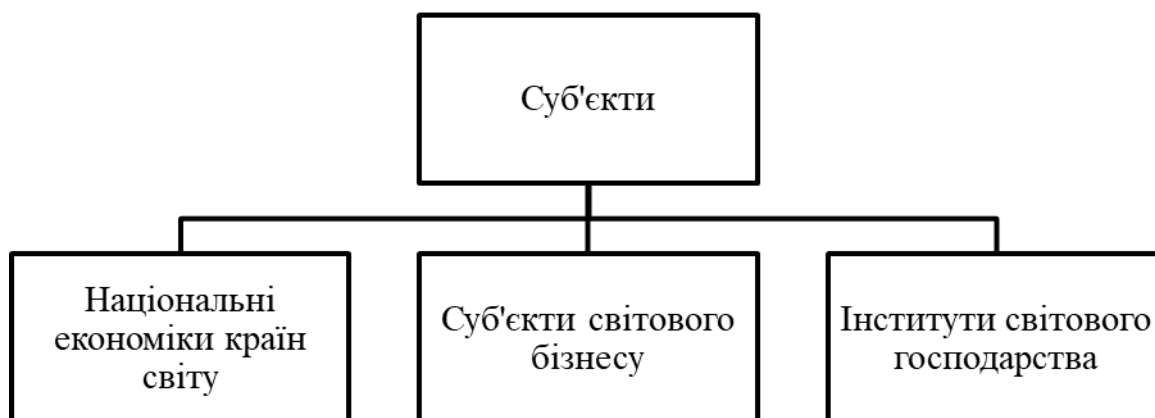


Рис. 1.1. Основні суб'єкти світового господарства [82]

Основою системи світового господарства є національні економіки, які виробляють товари, послуги, продукти інтелектуальної власності, які в подальшому підлягають розподілу, обміну в процесі міжнародної торгівлі.

Залежно від рівня економічного розвитку країни класифікуються наступним чином: країни з розвинутою економікою, країни з перехідною економікою і країни, що розвиваються.

Об'єднання країн в світову економічну систему відбувається за допомогою міжнародного поділу праці, яке являє собою «зосередження ресурсів і зусиль окремих країн на певних сферах, галузях господарського життя і виробництва з урахуванням зовнішніх потреб на стійкій основі» [82, с. 5].

Формами міжнародного поділу праці виступають міжнародна спеціалізація виробництва і міжнародна спеціалізація виробництва між підприємствами різних країн (рис. 1.2).

Сутність міжнародного поділу праці проявляється у відокремленні різних видів господарської діяльності на території певних країн і їх взаємодії для досягнення загальних цілей. Чим глибшою є міжнародна спеціалізація виробництва, тим більшою мірою підвищується необхідність в міжнародній кооперації виробництва.

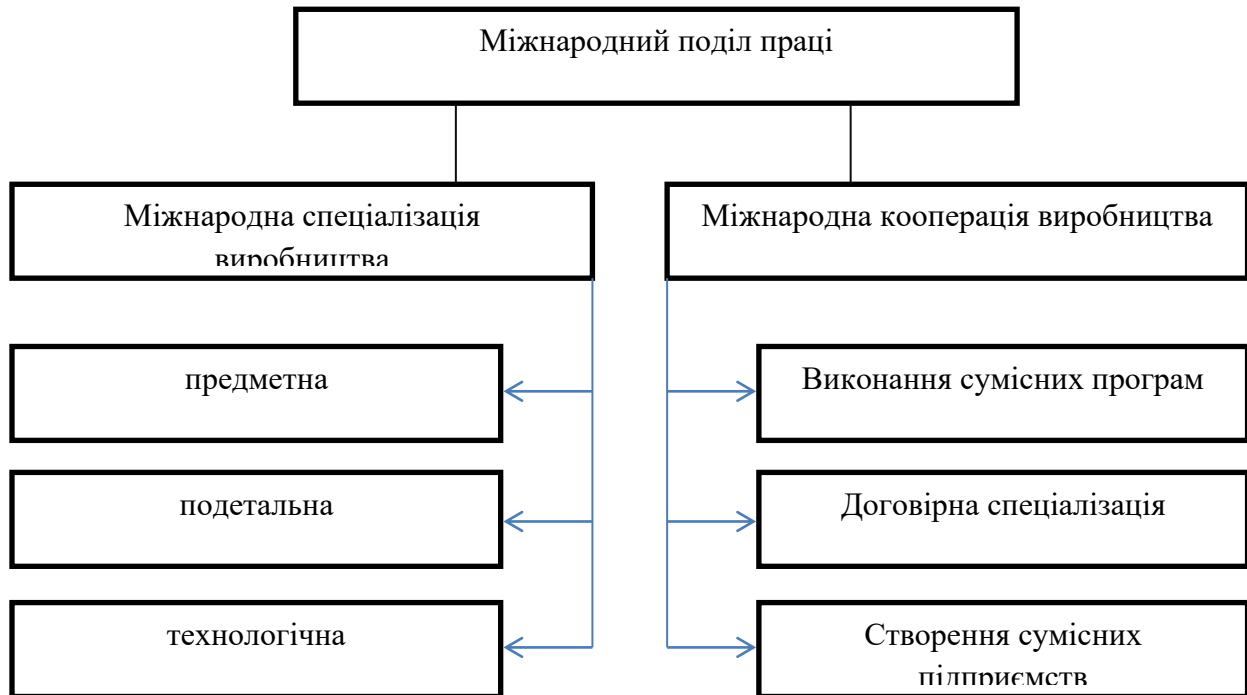


Рис. 1.2. Форми міжнародного поділу праці [82, с. 6]

Позиції країни в міжнародному поділі праці залежать від безлічі факторів, які можуть бути об'єднані в дві наступні групи (рис. 1.3).

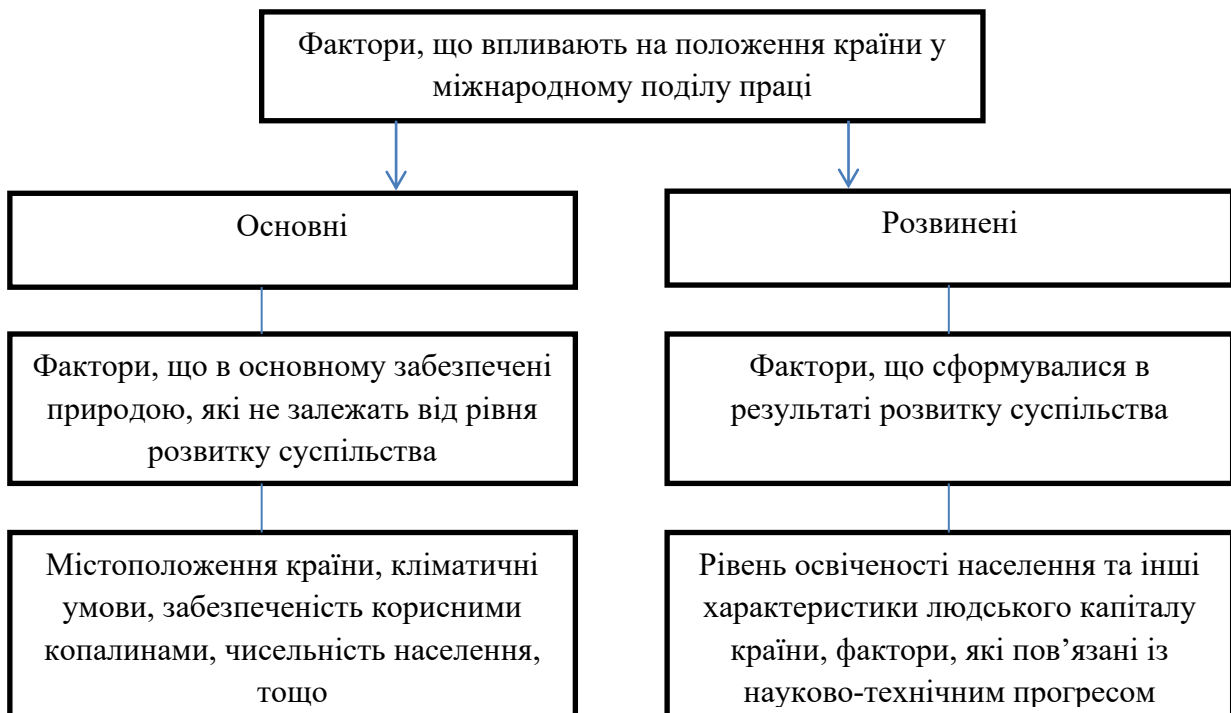


Рис. 1.3. Фактори, що впливають на стан країни в міжнародному поділі праці [82]

Прикладами міжнародної спеціалізації країн є:

- країни-виробники та експортери нафти (Росія, країни ОПЕК);
- країни, що спеціалізуються на розробці програмного забезпечення (США, Індія);
- країни, що спеціалізуються на наданні фінансових послуг (Панама, Багамські острови, Британські Віргінські острови, ОАЕ тощо).

Як і в будь-якій складній системі, в світовому господарстві є вузькі місця, вплив на які здатне викликати суттєві, а іноді і катастрофічні зміни в стані і поведінці всієї цілісної системи.

Аналогічно тому, як наукові картини світу змінюються протягом людської історії, методологія соціальних наук, і в тому числі економіки, зазнає істотні зрушення на кожному етапі свого розвитку. Метафізичне розуміння простору і часу як вмістилищ узгоджується з підходом меркантилістів, фізіократів, класиків і марксистів. В рамках неокласичної економіки було визначено, що час як фактор «лежить в основі головних труднощів при вирішенні майже будь-якої економічної проблеми» [55]. Відповідність окремих економічних шкіл науковим картинам світу можна проілюструвати представленою нижче табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Відповідність економічних шкіл науковим картинам світу*

Наукова картина світу	Економічні школи
Механічна картина світу	Меркантилісти, фізіократи, представники класичної школи і марксизму мислять в межах факторів виробництва, тобто деяких частинок (=«атомів» в економіці), що переміщуються в просторі і часі з деяких причин («механічний детермінізм») – пошук балансу між працею, землею і капіталом, як елементами закритої системи, де немає випадковості і все відбувається за потребою
Релятивістська картина світу	Маржиналізм ознаменував початок використання граничних крайніх величин або станів в економіці, які характеризують не сутність явищ, а їх зміна у зв'язку зі зміною інших явищ, тобто введення в економічні теорії принципу відносності

Продовження таблиці 1.2

Сучасна наукова картина світу глобального еволюціонізму	Якщо монетаризм бачиться новим меркантилізмом, а неокласичний синтез відповідно поверненням до неокласичної і кейнсіанської економіки на якісно новому рівні, «першою ластівкою» другої зміни парадигми в економіці представляється інституціоналізм, хронологічно передувє більш пізнього монетаризму, але звернувся до еволюції соціальних інститутів і дав таким чином початок еволюційної економіки як напрямку в економічній науці
---	---

* складено автором на основі [39]

Неоднозначні питання економічного зростання та економічного розвитку, які тісно переплетені, так чи інакше цікавлять економістів усіх напрямків. Так, еволюційна економіка сьогодні включає в себе цілий ряд економічних шкіл, які особливу увагу приділяють питанням розвитку, історизму та динамізму економічних процесів.

Неошумпетеріанці, використовуючи в якості основи своїх міркувань праці Йозефа Алоїза Шумпетера, акцентують увагу на довгостроковому економічному розвитку, необхідність інновацій та ролі підприємця в економічному процесі. Еволюційний процес в рамках неошумпетеріанства – це динамічний історичний процес, макроекономічні показники якого є наслідком поведінки агентів на мікроекономічному рівні [37]. Основними механізмами розвитку ця школа називає відбір і пошук інновацій, а основними характеристиками економічного еволюційного процесу – різноманітність і гетерогенність поведінки.

До еволюційних відносять також австрійську економічну школу: теорію виникнення грошей та інших соціальних інститутів Карла Менгера, а також останні праці Фрідріха фон Хайєка про спонтанний порядок і розвиток, які виразно відображають еволюційну концепцію розвитку економіки. Крім того, в розряд еволюційних часто потрапляють різноманітні математичні підходи – в першу чергу, теорія хаосу, економічна кібернетика, еволюційна теорія ігор [37].

Безпосередньо теорія еволюційного розвитку економіки, авторами якої вважаються американські економісти Річард Нельсон і Сідней Вінтер, що

опублікували в 1982 році монографію «Еволюційна теорія економічних змін», спирається на привнесення в економічні дослідження методологічних підходів, властивих еволюційній біології. Нельсон і Уінтер як суб'єкти популяції, що піддаються природному відбору, розглядають організації як ознаки, що успадковується «нащадками» – інновації, які мають на увазі в тому числі технологічну складову. До ключових понять еволюційної теорії відноситься поняття організаційних рутин. Вони являють собою, відносно стабільні в короткостроковій і середньостроковій перспективі стандартні правила і процедури ведення діяльності, що використовуються фірмами, та які фіксують методи отримання інформації, пошуку і реалізації стратегічних і тактичних рішень, розподілу конкретних завдань між їх виконавцями, технічні методи виробництва, процедури найму і звільнення, політику в галузі інвестування, рекламну стратегію тощо [108].

При цьому теорією-попередницею, що визнала вирішальну роль технологій у міжнародній торгівлі, можна вважати теорію технологічного розриву, розроблену Майклом Познером в 1961 році. А теорією-послідовницею – широко відому теорію конкурентних переваг Майкла Портера, в канву якої вплетена ідея, хоч і не домінуюча, згідно з якою суб'єкти, які швидко реагують на зміни, що відбуваються в галузі або в структурі ринку, отримують перевагу, що дозволяє їм займати більш вигідну позицію на ринку, наприклад, знижуючи витрати.

Основним об'єктом вивчення еволюційної економічної теорії є процеси незворотних динамічних змін в господарській системі. Відповідно базою, до якої Нельсон і Уінтер застосували біологічні концепції відбору і спадковості, стали ідеї Альфреда Маршалла, Йозефа Шумпетера і Торстейна Веблена. При цьому варто зауважити, що Маршалл часто позиціонується як вчений, що вперше з'єднав класичну теорію і маржиналізм. Таким чином, ще раз чітко простежується кореляція між зміною наукових картин світу і зміною парадигм в економіці, які «прийшли» до еволюційної концепції, пройшовши шлях поступального розвитку кумулятивного характеру. При цьому в проблемі еволюційності і революційності

змін в першу чергу безпосередньо виражаються самі процеси незворотних динамічних змін в світовому господарстві.

Нестійкість всієї громіздкої системи сучасного світового господарства, на думку американського вченого Дугласа Рашкоффа, обумовлена тим, що економіка сьогоднішнього дня повністю ґрунтується на маркетингу і рекламі.

Д. Рашкофф вважає, що головна суперечність нинішньої економіки полягає в протистоянні людства як такого і сучасної економічної системи, запрограмованої на зростання незважаючи ні на що [135]. Ортодоксальна економіка розглядає зростання як певну безумовну ендогенну мету існування будь-якої системи. Але в дійсності економіка, в якій ми сьогодні існуємо, створювалася людьми, в певні моменти історії і з певними цілями. Відбувається своєрідна оптимізація всіх систем – але не для людей або збільшення доданої вартості, а заради зростання як такого. Технології стали, таким чином, самоціллю – вони тепер витягують вартість з людини, а не навпаки. Технології розробляються не на благо людства або бізнесу, а для максимального зростання спекулятивного ринку, що не одне і те ж. Величезна диспропорція між капіталом і вартістю або інвестованим капіталом і доходом від нього – найяскравіша риса сучасної цифрової економіки [135].

Глен Арнольд, висловлюючи концепцію ціннісно-орієнтованого менеджменту та наголошуючи на необхідності підвищення віддачі від інвестованого капіталу, разом з тим, постулює в якості кінцевої мети діяльності фірми як економічного суб'єкта задоволення інтересів акціонерів. Ціннісно-орієнтований менеджмент на рівні організації дозволяє поєднати підходи до оцінки акцій інвесторами, і стратегію фірми, її організаційні та фінансові можливості [111].

В рамках цього підходу, замість планових показників бухгалтерської звітності, основною метою діяльності менеджерів пропонується зробити дисконтований грошовий приплив до власників акцій, що перевищує грошовий відтік. Таким чином, менеджерам одночасно надається певна нова свобода, і встановлюються нові кордони – тепер стратегічні та операційні плани

менеджменту компанії повинні бути націлені на задоволення потреб акціонерів [111].

Ігнорування глибини еволюційних ідей неокласичною економікою призводить до того, що малий бізнес, величезні транснаціональні корпорація (ТНК) та багатонаціональні корпорації (БНК), цілі галузі і ринки, економіки країн – все виявляються залучені в погоню за зростанням як таким. Якби виключно використання найбільш успішних з відомих організаційних рутин дозволяло б отримувати максимальний прибуток, ні про який економічний розвиток не могло б бути й мови в такому світі. Однак в еволюційній економіці «гіперраціональність» економічних суб'єктів вже не є вихідним принципом теорії і, таким чином, відразу відкидається постулат про завжди оптимальний спосіб прийняття ними рішень. Випадковість, а саме фактор випадкових помилок, навпаки ж, зізнається прихильниками теорії еволюційного розвитку економіки невід'ємною частиною процесу накопичення суб'єктом корисного досвіду господарської діяльності, що в кінцевому підсумку і обумовлює еволюційний розвиток.

Таким чином, розгляд основ неокласичної економіки під нетрадиційним кутом зору дозволило нам зробити висновок, що переслідування ідеї зростання як самоцілі веде до досить хибним для всієї економічної системи результатами.

Відповідно до концепцій розвитку світового господарства виділимо його основні риси: базисом формування та розвитку є об'єктивний закон інтернаціоналізації ринкової економіки, що виходить за рамки національних меж. Він є багатовимірним та багаторівневим. Характеризується постійно зростаючою кількістю суб'єктів та збільшенням їх взаємодії на основі власних фінансових інтересів.

У підсумку відзначимо, світове господарство являє собою сукупність національних господарств, що знаходяться в постійній динаміці, що володіють зростаючими взаємозв'язками і взаємовпливом, в результаті чого складається цілісна світова економічна система і досягається більший ефект світового розвитку.

1.2. Етапи та принципи формування стратегії розвитку підприємства на міжнародному ринку

Сучасні міжнародні ринки здатні забезпечити стійке зростання продажів для величезної кількості товарів і послуг. Однак проблема полягає в тому, наскільки успішно компанії можуть розкрити свій потенціал зростання, скільки часу і фінансів вони витрачають, щоб вийти на міжнародний ринок, наскільки успішно вони долають проблеми, які зустрічаються на їх шляху. Так, за статистикою, малі підприємства з виробництва продуктів харчування починають експортувати свою продукцію випадково. Захоплюючи можливості можуть представитися їм на великих внутрішніх торгових виставках, де співробітники з продажу і власники компаній активізують свої можливості для виходу на зовнішній ринок.

На першому етапі розробки стратегії компаніям необхідно розглядати перспективи реалізації своїх продуктів і послуг не в окремій конкретній країні, а по всьому світу, в загальних рисах. У якості відправної точки варто використовувати деякі базові міжнародні дані для аналізу країн – економічні дані, які досліджують загальне багатство країн і матеріальний добробут окремої людини в цих же країнах. На рис. 1.4 представлено схему етапів розробки стратегії компанії [127].

Економічний аналіз країн є першою сходинкою перед процедурою прогнозування і планування. Дослідження економічних процесів і вивчення фінансово-економічних показників дозволяє об'єктивно оцінити ситуацію в економіці даної країни або окремого регіону, допомагає обґрунтувати і прийняти оптимальні управлінські рішення з виходу на певний зовнішній ринок та виробити правильну господарську стратегію, а також сприяє вибору кращих варіантів дій. Так, в результаті аналізу стану економік країн, можна стверджувати, що США – найбагатша країна в світі.



Рис. 1.4. Схема етапів розробки стратегії компанії на міжнародному ринку [127]

Однак, країни Європейського Союзу, наприклад, Німеччина, Великобританія і Франція, не відстають від обсягу доходів на душу населення. Важливо відмітити, що, з точки зору міжнародної торгівлі, країни ЄС можуть бути згруповані. Це означає, що Європейський Союз як об'єднаний ринок буде набагато ближче до США за цим показником (рис. 1.5) [133].

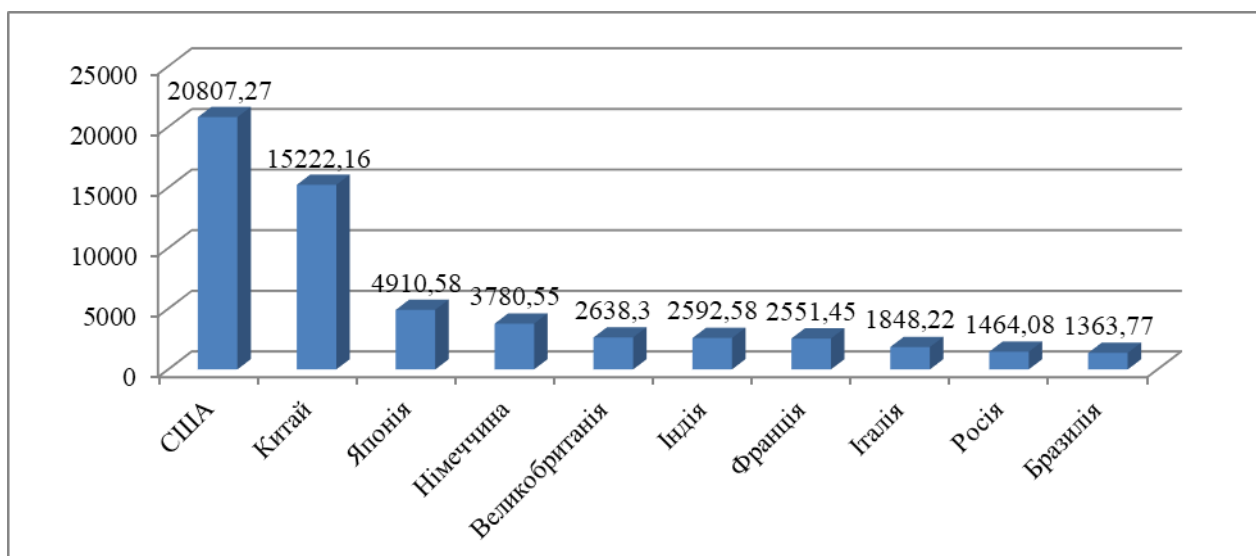


Рис. 1.5. ВВП країн світу за 2020 рік, млрд. дол. США [133]

Незважаючи на те, що протягом останніх декількох років відбувається зростання китайської економіки, населення там набагато більше, ніж в США, і тому обсяг річного ВВП на душу населення в Китаї значно нижче, ніж в США (рис. 1.6).

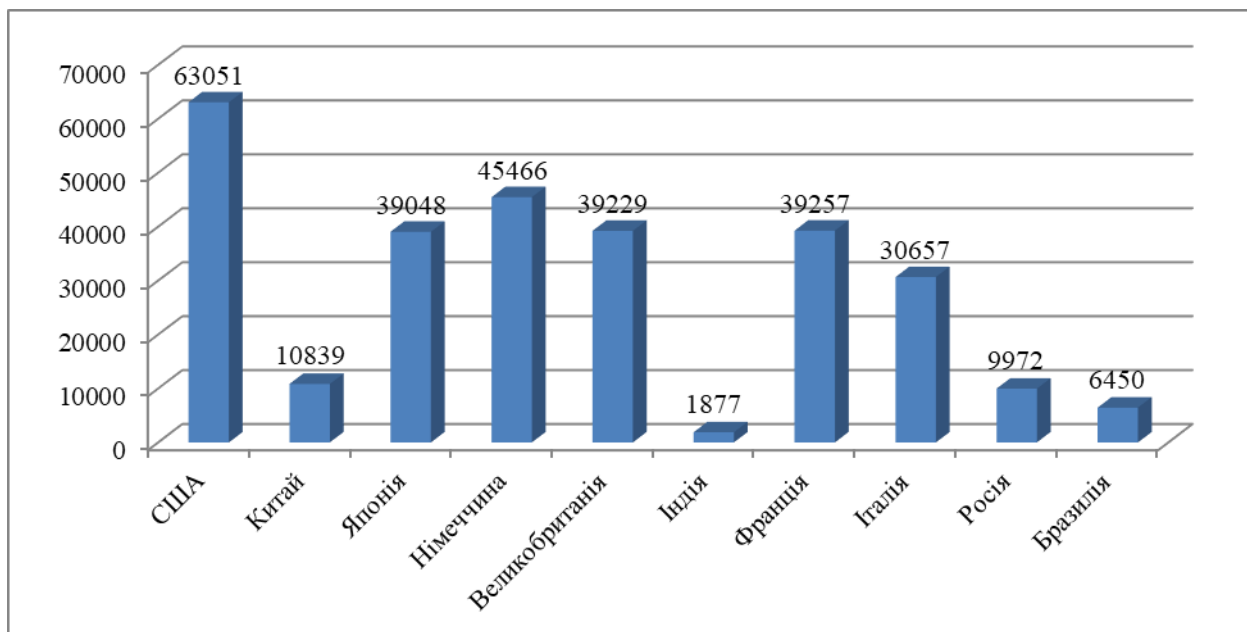


Рис. 1.6. ВВП на душу населення за країнами світу за 2020 рік, дол. США [133]

Наступним кроком необхідно буде визначити наявні власні ресурси компанії для міжнародної експансії, враховуючи і конкурентну перевагу, якою вона може володіти. Наприклад, компанія має спеціальні патенти або бренди, які можуть використовуватися в міжнародній експансії [133].

Тільки після цього компанія повинна визначити свої міжнародні та стратегічні цілі. Для деяких компаній це може здатися дивним – чому не слід починати відразу з постановки мети, тобто з того, що фірма хоче досягти на міжнародному рівні.

Причина цього полягає в тому, що цілі повинні бути встановлені в реалістичному контексті того, які можливості існують на ринку і якими ресурсами володіє компанія для своєї міжнародної експансії.

Як простий приклад можна навести той факт, що автомобільна компанія навряд чи б поставила перед собою мету істотного розширення автомобільного ринку в США в 2009 році, коли цей ринок перебував у той момент під сильним тиском [132]. Точно так же, компанія, яка надає невеликі комп'ютерні послуги, може просто не мати ресурсів для запуску глобального продукту, яким би привабливим він не здавався. Необхідно більш реалістично визначати власні цілі.

Дослідивши, які ринки по всьому світу представляють кращі можливості, оцінивши власні ресурси і визначивши завдання та мету, компанія обирає країну або регіон для експансії і розробляє спосіб виходу на цей ринок. Необхідно вирішити, яким чином організація, що вступає в міжнародну маркетингову діяльність, буде виходити на зовнішній ринок – можливо, експорт як найпростіший спосіб вступу в діяльність на закордонному ринку, можливо, спільне підприємство або пряме інвестування.

І, нарешті, який б вибір не був зроблений щодо країни або регіону, і способу виходу на їх ринки, компанії слід уважно вивчити питання ціноутворення, інформацію про конкурентні умови і порядок створення нового бізнесу, а також, цілий ряд інших факторів, пов'язаних з її міжнародними цілями. Це називається розробкою пропозиції продукту або послуги і є заключним етапом розробки стратегії.

Як згадувалося вище, на першому етапі при розробці міжнародної і глобальної стратегії слід обов'язково сфокусуватися на двох факторах вибору – валовому національному доході країни (ВНД) і валовому внутрішньому продукті (ВВП) на душу населення.

Однак, для проведення повного і всебічного аналізу міжнародних ринків і вибору країни, крім двох основних, задіяні й інші фактори. У практичній діяльності існує п'ять основних напрямків аналізу міжнародних можливостей:

1. Аналіз споживчого попиту в основних географічних районах: розмір ринку, його насиченість, історичні аспекти розвитку ринку – включаючи спеціальних клієнтів, таких як великі ТНК, вже залучені в якості клієнтів в конкретному регіоні.

2. Аналіз конкурентів: місцеві і міжнародні компанії, що вже працюють на ринках країн, їх частки і можливості на ринку – які їхні основні конкурентні переваги.

3. Аналіз розвиненості міжнародних і регіональних інфраструктур: які основні витрати, пов'язані з комунікацією, транспортуванням, розподілом і просуванням товарів або послуг в різних частинах світу.

4. Аналіз політичної ситуації в країні та економічних тенденцій її розвитку: на даному етапі тільки основні моменти, такі як політичні ризики і економічне зростання країни. Не слід акцентувати увагу на занадто глибокому аналізі на даному етапі.

5. Аналіз і вивчення міжнародних торгових бар'єрів, тарифів і квот: чи існують тут якісь серйозні проблеми, які будуть підтримувати або, навпаки, блокувати ринкові можливості для організації [138].

Так, додатково для оцінки ринкових можливостей компанії існує два основні аспекти. Вони допомагають визначити ресурси компанії для здійснення міжнародної і глобальної експансії:

- причини, за якими компанія хоче стати міжнародною або глобальною;
- стійкі конкурентні переваги компанії на внутрішньому і зовнішньому ринках – вони стануть основою для того, щоб компанія стала міжнародною або глобальною [110].

Стійкі конкурентні переваги компанії – це переваги перед конкурентами, які не можуть бути легко скопійовані іншими компаніями, що працюють на цьому ринку. Вони формують теоретичну основу для розробки ефективної стратегії.

Стійкі конкурентні переваги легко обговорювати загалом, але важче ідентифікувати на практиці. Конкурентні переваги, якими володіє компанія на своєму внутрішньому ринку, повинні бути закладені в основу її стратегії міжнародної експансії. Для компаній, які вже перебувають на міжнародних ринках, слід зосередитися на тих перевагах, які дозволяють їм перевершити своїх конкурентів.

Перелік можливих областей конкурентних переваг компаній наступний:

- диференціація – унікальні особливості або атрибути, які виділяють компанію, такі як бренд або особливий рівень обслуговування;
- низькі ціни – так, щоб це стало вигідно для споживача. Ціни нижче, ніж у конкурентів;
- домінування на частини ринку – тобто зайняти сегмент ринку або певну нішу;
- висока ефективність або технологія – можливо запатентований процес;
- якість – головне в порівнянні з конкурентами, наприклад, в поданні послуги або стійкість (стабільність) асортименту;
- масштаб обслуговування, який перевершує конкурентів;
- мережа партнерських взаємин – люди і ділові контакти, які виділяють компанію;
- спеціальні технічні навички й інші області спеціалізації – так звані «ключові компетенції»;
- брендинг, який з однієї країни може бути поширений на інші країни;
- репутація, інноваційний потенціал і знання [141].

Існують й інші важливі ресурси, якими слід володіти організації для виходу на зовнішній ринок, хоча велика частина літератури зі стратегічного управління робить акцент лише на наявності конкурентних переваг. На практиці будь-яка організація, яка намагається вийти за межі своєї країни, потребуватиме широкого спектру різноманітних ресурсів, які не обов'язково краще, ніж у конкурентів, але настільки ж важливі для ведення ЗЕД. Наприклад, ефективно розроблена розподільча мережа для продукту може бути і не краще, ніж у конкурентів, але вона теж буде мати вагоме значення для реалізації продукту на зовнішньому ринку.

Одним з найважливіших ресурсів, який слід враховувати при формуванні стратегії зовнішньоекономічної діяльності, є людський ресурс – не можна недооцінювати знання, навички, час і особисті витрати, які необхідні для отримання бажаних результатів.

Після оцінки власних ресурсів компанії необхідно визначити мету виходу на зовнішній ринок. При постановці міжнародних завдань, при плануванні міжнародної експансії і для формування цілей компанія повинна відповісти на три важливих питання:

1. Чому організація або фірма виходить на міжнародний ринок? Відповідь визначить стратегічний підхід.

2. Який прибуток організація очікує отримати, в які терміни і з якими ризиками?

3. Які зобов'язання необхідні з боку вищого керівництва фірми? [109].

Для впровадження виходу на зарубіжний ринок є, принаймні, чотири причини:

1. Бажання придбати закордонні ресурси, такі як корисні копалини або нафту, які недоступні в країні походження.

2. Необхідність генерувати зростання за межами внутрішнього ринку.

3. Пошук зниження витрат і укрупнення виробництва, так званий ефект масштабу.

4. Пошук стратегічних активів, такі як привабливі цілі поглинання конкурентів для забезпечення частки ринку або брендингу [138].

Проте додатково слід вказати ще дві причини для зовнішньої експансії, які прийшли з недавнього практичного досвіду:

1. Жорстка конкуренція на внутрішньому ринку, що робить міжнародне розширення більш привабливим.

2. Наявність Інтернет-технологій, що створює більш легкий і більш дешевий спосіб ведення продажів по всьому світу.

На початку будь-який бізнес-проект проходить стадію збитковості. Необхідна певна кількість часу, фінансів і людських ресурсів для розвитку справи, і налагодження робочих процесів. І тільки потім проект може вийти на точку беззбитковості. Слід провести попередню оцінку рентабельності – наскільки взагалі доцільно займатися певним видом бізнесу.

Так, на початку 2010 року Ryanair – європейська бюджетна авіакомпанія – оголосила, що вона зазнала збитків у розмірі 10,9 млн. євро (15,3 млн. доларів США) в період з жовтня по грудень 2009 року. Тим не менш, це була найбільш швидкозростаюча авіакомпанія в Європі. І в цілому за весь рік авіакомпанія отримала чистий прибуток у розмірі 275 млн. євро, головним чином в результаті високоприбуткового річного бізнесу [147]. Станом на кінець 2019 року вона є прибутковою та одним із лідерів ринку. Вийшла на ринок України у 2018 році та активно здійснює міжнародні перельоти.

З точки зору міжнародної стратегії, компанія була цілком готова прийняти короткостроковий збиток, оскільки вона продовжувала нарощувати частку ринку, рентабельність її виявилася високою – класичний приклад ретельного розгляду цілей прибутку по відношенню до тимчасових масштабів.

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності являє собою концепцію поведінки компанії на зовнішньому ринку. Ця концепція повинна бути заснована на чітко сформульованих цілях, визначених можливостях не тільки самого підприємства, а й зарубіжного ринку, виявлених можливих ризиків і ймовірності досягнення успіху. Всі ці фактори визначаються завдяки оціночним механізмам, який повинен задовольнити всі потреби стратегії.

Отже, зовнішньоекономічна діяльність підприємства є одним з найважливіших чинників розвитку народного господарства та економічної стабілізації країни. Саме тому її розробці слід приділяти достатньо уваги і ресурсів.

1.3. Основні форми освоєння ринків українським бізнесом

Згідно економічних робіт Іогансона 1977 і 1990 років, які вже вважаються класикою економічної науки, способи виходу на міжнародний ринок можна розглядати як континуум можливостей і ризиків:

1. Експорт – продаж товарів і послуг, вироблених в рідній країні.

2. Створення закордонного офісу – забезпечить постійну присутність в країні, що продає продукт або послугу.

3. Запуск першого закордонного виробництва – це вагомий крок, тому що буде потрібно залучення місцевого населення і виділення значних фінансових коштів країні або регіону.

4. Розвиток багатонаціональних компаній – інвестиції в кілька країн або регіонів світу, наприклад, в Європу чи Китай.

5. Розробка глобальної операції – не тільки виробництво в різних країнах, а й справжнє, комплексне співробітництво з партнерами [147].

Кожна з перерахованих вище категорій пов'язана з великим ризиком і, отже, повинна забезпечувати більш високі винагороди (більше прибутку).

Розробка багатонаціональних операцій не є простим завданням. Це може бути придбання, спільне підприємство з місцевою компанією або будь-яка інша форма співпраці. Вона може бути ускладнена бар'єрами на шляху проникнення на ринок, відсутністю знань місцевих особливостей, які існують, домінуванням місцевої компанії і багатьма іншими факторами.

Існують наступні основні стратегії виходу на зарубіжний ринок з точки зору організації виробництва, вони також стосуються й українських підприємств, які виходять на міжнародну арену:

- 1) стратегія експорту;
- 2) стратегія спільної підприємницької діяльності;
- 3) пряме інвестування.

Експорт являє собою найпростіший спосіб виходу на зовнішній ринок. У міжнародному маркетингу розрізняють такі типи експорту: нерегулярний і активний. Нерегулярний експорт – це рівень залучення, при якому компанія час від часу експортує надлишки товарів чи послуг і реалізує товари/послуги місцевим оптовим фірмам, які представляють зарубіжні товариства. Активний експорт діє в тих випадках, якщо компанія має на меті розширення власних експортних операцій на конкретно обраному ринку» [8].

Реалізуючи стратегію експорту, підприємство виробляє всі свої товари у власній країні, пропонуючи їх на експорт у модифікованому або в немодифікованому представленні. Позитивним аспектом даної стратегії є те, що вона вимагає мінімальних коригувань в товарному переліку підприємства, його структурі, капітальних інвестиціях і стратегії діяльності загалом.

Експорт може бути непрямим і прямим. Непрямий експорт здійснюється через різного роду міжнародних посередників: національний посередник-експортер, національний агент з експорту, кооперативна організація, що управляє експортом фірми. Фірми, які тільки починають свою експортну діяльність, частіше використовують непрямий експорт. Вони віддають перевагу даному варіанту внаслідок двох причин.

По-перше, експорт такого типу потребує менше капітальних інвестицій, внаслідок того, що підприємству не доводиться створювати за кордоном власний торговий апарат або налагоджувати мережу контактів.

По-друге, при непрямому експорті фірма несе менші ризики. Реалізацією товару оптового типу займаються міжнародні маркетингові посередники – вітчизняні агенти з експорту або кооперативні організації, вітчизняні покупці-експортери, які залучають у цю діяльність власні специфічні професійні знання, навички і послуги, і, як наслідок, продавець, як правило, робить менше помилок [8].

Прямий експорт здійснюється фірмою самостійно: через відділ експорту, через філію зі збуту за кордоном, через торгових представників, шляхом залучення зарубіжних дистриб'юторів.

Прямий експорт зазвичай є наступним етапом в міжнародній діяльності фірми. Необхідно враховувати, що така діяльність пов'язана зі збільшенням витрат і ступеня ризику, але компенсується відсутністю необхідності роботи з посередниками.

У будь-якому випадку, яку б стратегію не обрала фірма (непрямого або прямого експорту), найкращим методом проінформувати і представити свою продукцію для зарубіжних споживачів буде участь у виставках.

Наступна стратегія – стратегія спільної підприємницької діяльності.

Одним з варіантів спільної підприємницької діяльності – укладення контракту з місцевими виробниками на випуск товару. «Недолік підрядного виробництва – в меншому контролі фірми за процесом виробництва і у втраті пов'язаних з виробництвом потенційних прибутків. У той же час вони надають фірмі можливість розгорнути діяльність швидше, з меншим ризиком і з перспективою вступу в партнерство з місцевим виробником або купівлі його підприємства» [17].

У разі, якщо здійснюється управління за контрактом, коли певна компанія за певну винагороду управляє іноземними готелями, аеропортами, лікарнями та іншими організаціями, то компанія експортує не продукцію, а послуги з управління. Даний вид експорту характеризується низькими ризиками і з самого початку приносить високий дохід. Угода такого типу особливо приваблива, якщо керуючій компанії надається можливість викупити певну частку майна іноземного партнера протягом обумовленого періоду або вона передбачає, що компанія, яка ефективно управляє, отримує підвищену ставку винагороди. Управління за контрактом позбавляє компанію від конкурента з боку клієнта.

Окремо можна виділити ліцензування (франчайзинг), тобто продаж ліцензії на виробництво, права на використання своїх виробничих технологій, торгової марки. Це найбільш розвинена форма ліцензування. Компанія-ліцензіар несе мінімальні ризики при виході на зарубіжний ринок, а ліцензіат отримує виробничі знання і досвід роботи або можливість виробляти відомий продукт. Недоліком даної стратегії є те, що ліцензіар не може здійснювати контроль діяльності ліцензіата. Якщо ж дивитися більш сфокусовано, то успіх ліцензіата в кінцевому підсумку призведе до скорочення доходів ліцензіара, а після закінчення терміну дії ліцензії керівництво компанії може виявити, що своїми руками «створила конкурента». Уникнути цього можна за рахунок інноваційної діяльності.

Підприємства спільного володіння можуть бути необхідні з економічних або політичних причин. По суті, це об'єднання можливостей зарубіжних і місцевих власників капіталу для інвестування його у виробництво, управління

якими буде здійснюватися обома сторонами в співвідношенні, обумовленому в договорі. Можливо, іноземна компанія відчуває нестачу фінансових, матеріальних або управлінських ресурсів або освіти. Або створення спільного підприємства – неодмінна умова проникнення на ринок, поставлена урядом. В такому випадку, створювати спільне виробництво для виходу на такі закриті ринки необхідно навіть корпораціям-гігантам. Перевагою спільного підприємства можна вважати те, що місцевий учасник компанії знає набагато більше про свій ринок, менталітет населення, особливості ведення справ в цій країні і тонкощі ділового світу. Але у таких підприємств є і певні недоліки. Партнери можуть розійтися в думках щодо спрямування інвестицій, маркетингу, використання прибутку. Наприклад, якщо брати американські компанії, де велику роль відводять маркетингу, то місцеві учасники можуть покладатися тільки на організацію збуту. Більш того, наявність спільних підприємств в різних країнах нерідко ускладнює здійснення транснаціональною компанією особливої виробничої та маркетингової політики в усьому світі [49].

Останньою формою виходу на міжнародний ринок є пряме інвестування. Це найбільш повна форма залучення до діяльності на зарубіжному ринку. Його суть в інвестуванні капіталу в створення за кордоном власних складальних або виробничих підприємств. У міру накопичення фірмою досвіду експортної роботи і при досить великому обсязі зарубіжного ринку виробничі підприємства за кордоном забезпечать в довгостроковій перспективі найбільшу віддачу компанії. Економія грошей за рахунок більш дешевої робочої сили та економії транспортних витрат. Створюючи робочі місця, фірма забезпечить собі сприятливий імідж в країні-партнері. Налагодження зв'язків з державними органами, клієнтами, постачальниками і дистриб'юторами приймаючої країни дозволить краще пристосувати товари до маркетингового середовища в кожній країні, де є такі підприємства. Фірма збереже повний контроль над своїми вкладеннями і зможе розробляти довгострокові програми розвитку, які відповідають її цілям в міжнародному масштабі.

Однією з переваг цієї стратегії є те, що компанії можуть економити гроші за рахунок дешевшої робочої сили або дешевшої сировини завдяки вигодам, які іноземні уряди надають іноземним інвесторам, наприклад, зменшуючи транспортні витрати тощо.

Крім того, створюючи робочі місця в країнах-партнерах, компанія гарантує собі більш сприятливий імідж у цій країні та лояльне відношення локальних потенційних споживачів [70].

Застосовуючи стратегію прямих інвестицій, фірма встановлює сталі відносини з державними установами, замовниками, постачальниками та дистриб'юторами в країнах, в яких вона виходить на ринок. Це дозволяє товару краще адаптуватися до місцевого маркетингового середовища. І нарешті, важлива властивість прямого інвестування в тому, що здійснюючи його, фірма зберігає повний контроль над своїми капіталовкладеннями і, отже, може розробляти такі політичні установки в області виробництва й маркетингу, які будуть відповідати її довгостроковим завданням у міжнародному масштабі.

Найбільш прогресивним підходом до проникнення на міжнародний ринок можна назвати такий підхід, коли при збереженні загальної тенденції просування, загальних характеристик товару компанія виробник модифікує свою продукцію під кожен національний ринок з урахуванням місцевих особливостей. Досягти ефекту від такої стратегії можна, наймаючи працівників для розробки адаптаційних змін в товарі, методі просування або розподілу з країн, де буде здійснюватися збут продукції. Цим співробітникам можна надати право самостійно розробляти і реалізовувати стратегії маркетингу на локальних ринках.

Такий підхід поєднує в собі ефективність стандартизації та надає їй гнучкість, що дозволяє швидко відповісти змінами в продукті і способах його просування до споживача у відповідь на зміну запитів ринку.

Таким чином, розвиток процесів глобалізації в сучасному світі змушує компанії дивитися на міжнародний ринок, як на майбутнє поле своєї діяльності. Успіху на міжнародному ринку можна домогтися, використовуючи стратегії адаптації до кожного національного ринку.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

2.1. Динаміка світової торгівлі

Торгові війни, уповільнення світової економіки і зростання глобального протекціонізму, в тому числі у формі односторонніх обмежень, привели до різкого уповільнення зростання світової торгівлі. Темп приросту світової торгівлі зменшився з 3,7% в 2018 році до 0,9% в 2019 році, що стало мінімумом з кризи 2008-2009 років.

Зростання світової економіки в 2018 році загальмувалося до стану, близького до глобальної рецесії, – скорочення світового ВВП склало 2,9% у порівнянні з 3,6% в 2018 році. За аналогічний період динаміка ВВП розвинених країн сповільнилася з 2,2 до 1,7%, а країн з ринками, що розвиваються з 4,5 до 3,7% [144].

У той же час темпи приросту американської економіки (2,3% в 2019 році проти 2,9% у 2018 рік) хоча і сповільнилися, але залишаються вищими за довгостроковий тренд. Економіка ЄС продемонструвала зменшення з 1,9 до 1,2% [146].

Особливо суттєве уповільнення спостерігалось в економіках, орієнтованих на експорт, в т.ч. обладнання та продукції обробної промисловості. Наприклад, ВВП Німеччини скоротився з 1,5 до 0,5% (Німеччина забезпечувала новим обладнанням китайську промисловість в період попереднього інвестиційного буму).

Темпи економічного зростання Італії в 2019 році сповільнилися до мінімальних з 2014 року 0,3% в порівнянні з 0,8% роком раніше.

Темпи приросту ВВП Китаю знизилися з 6,6 в 2018 році до 6,1% в 2019 році, Індії – з 6,8 до 4,8%; ПАР – з 0,8 до 0,4%; Бразилії – з 1,3% до 1,2%. Економіка Мексики втратила за рік 2,1 в.п. свого ВВП, знизившись з 2,1% в 2018 році до 0,0% в 2019 році. Негативний вплив на динаміку економічного розвитку в світі надавали: пізня стадія економічного циклу в розвинених країнах, зниження стимулюючого ефекту від податкової реформи 2017 року США, сплеск протекціонізму, негативні зовнішні фактори і внутрішні структурні проблеми в Китаї і ЄС, вихід Великобританії з Євросоюзу, геополітична напруженість, яка веде до високої цінової волатильності енергетичних ринків.

На рис. 2.1 представимо наочне відображення даних щодо темпів приросту ВВП у % до попереднього року у період 2010-2020 рр.

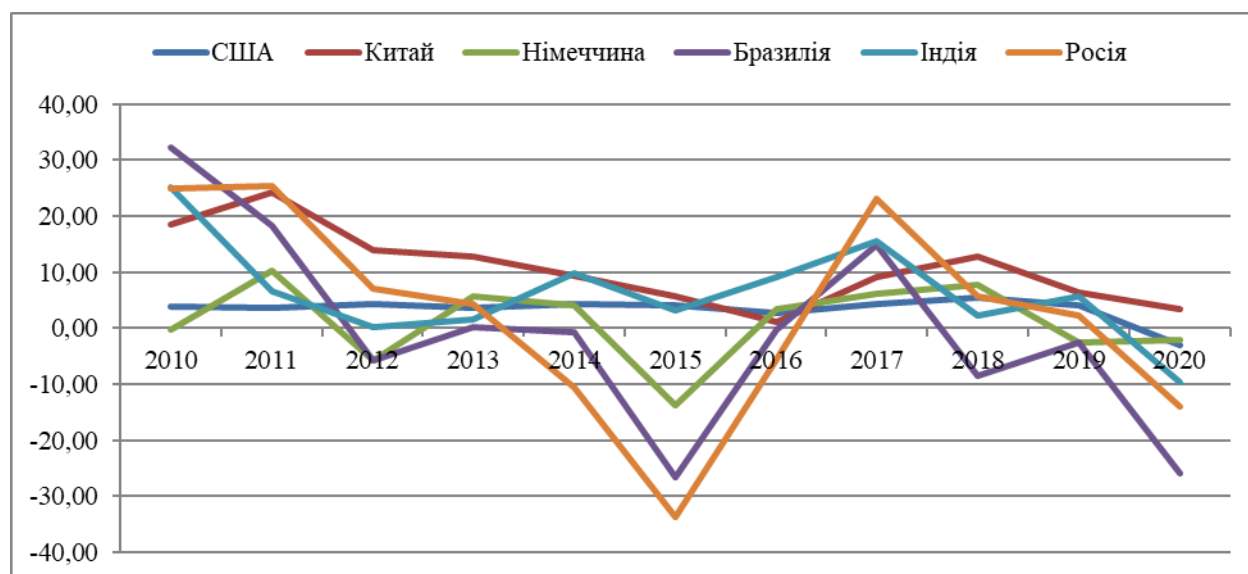


Рис. 2.1. Темпи приросту ВВП у 2010-2020 рр., у % до попереднього року [144]

Починаючи з 2018 року, порушення сформованих виробничо-збутових ланцюжків в зв'язку з торговельною війною між Китаєм і США негативно впливають на динаміку промислового виробництва і споживчої активності (особливо в Китаї та інших азіатських країнах).

У IV кварталі 2019 року тенденція до охолодження економічної активності призупинилася внаслідок зміни економічних настроїв в очікуванні укладення торговельної угоди США і Китаю і синхронного пом'якшення грошово-кредитної політики в ряді країн у другій половині 2019 року. На початку 2020 року США і Китай погодили умови першої частини торгової угоди, що передбачає в тому числі відмову від введення нових тарифів і додаткові покупки Китаєм американських товарів для згладжування дисбалансу в торгівлі.

Обсяг світового експорту товарів в 2019 році перевищив 18,2 трлн дол. У 2018 році цей показник склав 18,8 трлн дол.

Основними експортерами товарів в 2019 році були:

- Китай – 13,7% світового експорту (2,49 трлн дол);
- США – 9,02% (1,64 трлн);
- Німеччина – 8,18% (1,49 трлн);
- Японія – 3,87% (705 млрд);
- Нідерланди – 3,16% (576 млрд).

Відповідно до звітності основних експортерів, найбільшими торговими потоками в 2019 році були: експорт з Канаду в США (1,84% світового експорту, 336 млрд доларів), з Китаю в Гонконг (1,53%, 279 млрд доларів), з Китаю в Японію (0,785%, 143 млрд доларів), з Китаю в США (2,29%, 418 млрд доларів), з Гонконгу в Китай (1,62%, 296 млрд доларів), з Мексики в США (1,96%, 358 млрд доларів), з Саудівської Аравії (1,11%, 202 млрд доларів), з ОАЕ (1,1%, 201 млрд доларів), з США в Канаду (1,6%, 292 млрд доларів), з США в Мексику (1,4%, 256 млрд доларів) [144].

Обсяг світового імпорту товарів в 2019 році перевищив 18,4 трлн дол. У 2018 році цей показник склав 19,1 трлн дол.

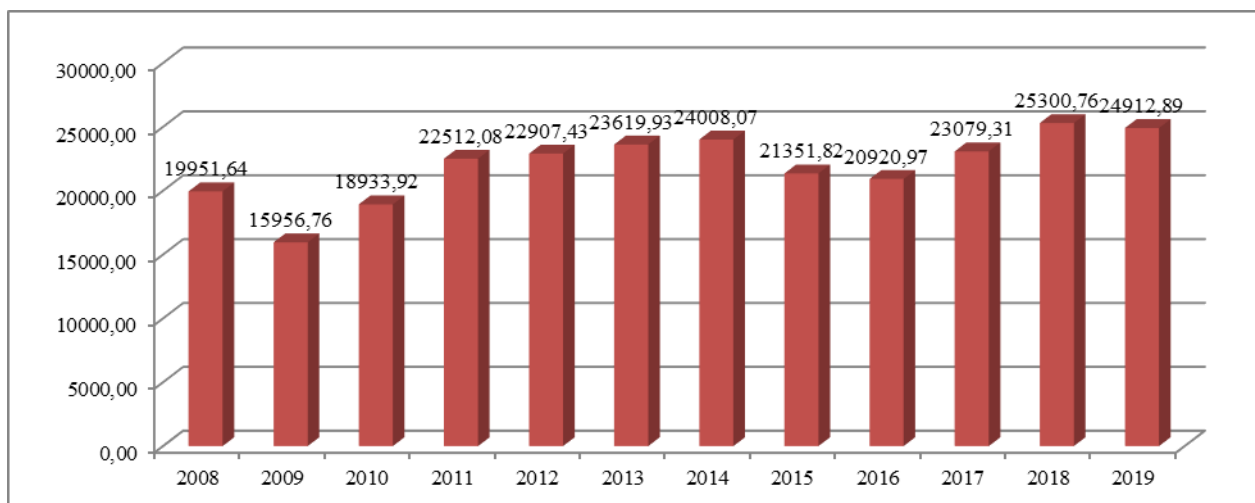


Рис. 2.2. Динаміка експорту товарів за 2008-2019 роки, млрд. дол. США [144]

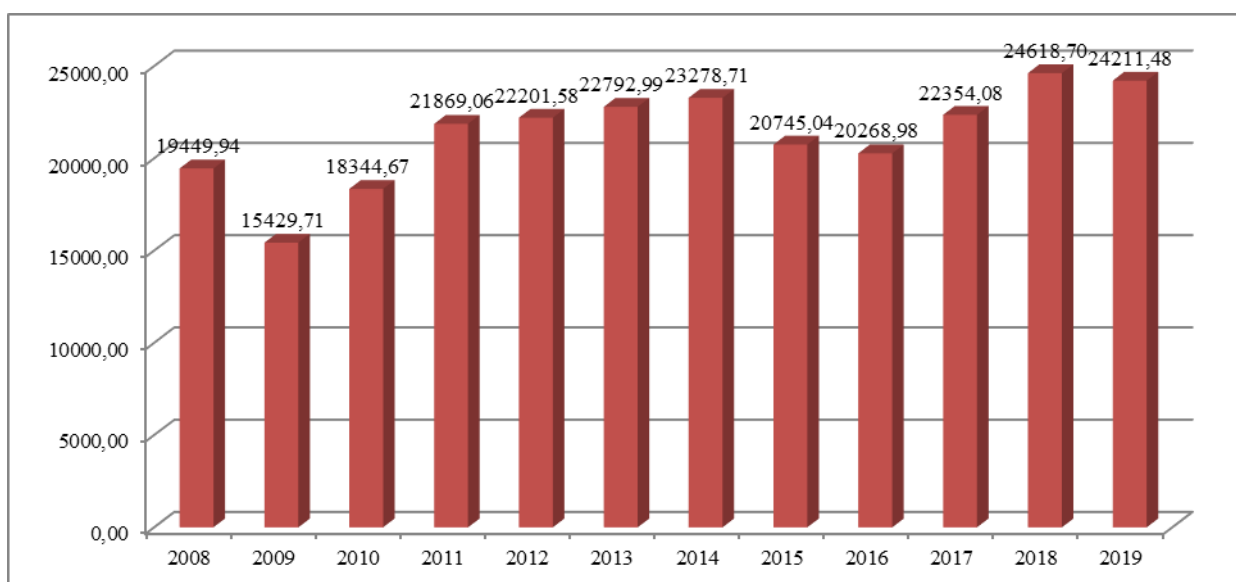


Рис. 2.3. Динаміка імпорту товарів за 2008-2019 роки, млрд. дол. США [144]

Основними імпортерами товарів в 2019 році були:

- США – 13,9% світового імпорту (2,56 трлн дол);
- Китай – 11,2% (2,06 трлн);
- Німеччина – 6,73% (1,24 трлн);
- Японія – 3,91% (720 млрд);
- Великобританія – 3,76% (692 млрд);
- Франція – 3,49% (643 млрд).

Відповідно до звітності основних імпортерів, найбільшими торговими потоками в 2019 році були: імпорт в Канаду з США (1,24% світового експорту, 229 млрд доларів), в Китай з Японії (0,931%, 171 млрд доларів), в Китай з

Південної Кореї (0,942%, 173 млрд доларів), в Китай з Азії (0,938%, 172 млрд доларів), в Гонконг з Китаю (1,43%, 264 млрд доларів), в Японію з Китаю (0,918%, 169 млрд доларів), в Мексику з США (1,11%, 206 млрд доларів), в США з Канади (1,77%, 326 млрд доларів), в США з Китаю (2,56%, 472 млрд доларів), в США з Мексики (1,96%, 361 млрд доларів).

Загальні тенденції в розвитку сучасної товарної торгівлі показують уповільнення темпів зростання, викликане наслідками кризи. Глобальна фінансова криза призвела до різкого зниження ділової активності в усіх країнах світу і, перш за все, до найбільш розвиненим, що призвело до зниження попиту на споживчі товари.

У таблиці 2.1 подамо структуру товарного експорту та імпорту за 2019 рік.

Таблиця 2.1

Структура товарного експорту та імпорту за 2019 рік, млрд дол. США*

Країна	Імпорт		Експорт	
	Частка у світі, %	млрд. дол. США	Частка у світі, %	млрд. дол. США
США	13,93	2567,49	9,01	1644,28
Китай	11,22	2068,95	13,70	2498,57
Німеччина	6,72	1239,90	8,19	1493,27
Японія	3,91	720,86	3,87	705,63
Великобританія	3,75	692,49	2,56	468,32
Франція	3,49	643,21	3,05	556,36
Гонконг	3,13	578,59	2,93	535,71
Нідерланди	2,79	514,86	3,16	576,78
Південна Корея	2,73	503,26	2,97	542,17
Індія	2,59	478,88	1,77	323,25
Італія	2,56	473,56	2,92	532,68
Мексика	2,47	455,29	2,52	460,70
Канада	2,46	453,36	2,44	446,08

*Створено на основі даних джерела [144]

Як видно з таблиці 2.1, Китай, який став світовим лідером за вартістю експорту під час глобальної кризи, постійно збільшує свою перевагу: у 2019 році його експорт перевищив 2,5 трлн дол. США, його частка в світових поставках товарів – 13,7%, США (9,01%), Німеччина (8,19%), Японія (3,87%) і Нідерланди також значно збільшили вартість свого експорту всього за один рік (3,16%), що зводило їх до зростання в сукупному світовому рейтингу з 9 по 5-ю позицію.

Європейський Союз є найбільшим в світі колективним експортером товарів, а його частка в глобальному експорті товарів демонструє постійну тенденцію до зростання – з 31,0% у 2012 році до 33,8% в 2017 році. На відміну від ЄС, частка другої за потенціалом інтеграційної одиниці – НАФТА – показала коливання, але в 2015-2017 роках неухильно знижувалася – з 14,1% до 13,6%.

Згідно з розрахунками, динаміка глобального імпорту товарів виявилася схожою на зміни в світовому товарному експорті, демонструючи майже подібні коливання (дані табл. 2.1).

Важливо відзначити, що постійні трійки лідерів міжнародної торгівлі (США, Китай, Німеччина) зберегли свої позиції і в області імпорتنих закупівель товарів. Великобританії, Японії, Франції та Гонконгу.

2.2. Динаміка міжнародних інвестицій в глобальному середовищі

Динаміка прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в масштабі сучасної світової економіки зумовлюється загальними економічними умовами і стратегічними тенденціями, які формувались на глобальному ринковому просторі. Виникаючі з усе більшою частотою економічні кризи, у багатьох країнах носять затяжний характер, істотно скорочують інвестиційну активність в цілому і ПІІ, зокрема.

Так, фінансово-економічна криза 2008-2009 рр., що охопила практично всю глобальну економічну систему, призвела до різкого скорочення сукупного обсягу реалізованих інвестицій в глобальному масштабі. Лише через сім років, в 2015 р, в світовій економіці були досягнуті показники обсягів залучених і накопичених ПІІ на докризовому рівні. Тобто, через істотний відкат економічної системи, схильній до кризових явищ, економіка змушена витратити наявні стратегічні ресурси і використовувати потенціал лише на те, щоб надолужити упущені показники економічного розвитку, а не досягати нових, істотно більш високих значень.

У подібних умовах стає актуальним виявлення найбільш значущих і стійких глобальних стратегічних тенденцій в динаміці ПІІ, а також економічних факторів, що визначають їх прояв.

У 2015 році обсяг накопичених ПІІ склав 1,76 трлн дол., що є найвищим показником з моменту закінчення кризи, приріст лише за один рік склав 38% [125]. Одним з істотних факторів, що визначили різкий приріст обсягів ПІІ в світовій економіці, стало проведення в 2015 р. переліку великих операцій зі злиття і поглинання міжнародних компаній – на 721 млрд дол., тоді як ще в 2014 р. їх обсяг склав лише 432 млрд.

Але вже в 2016 р. обсяг ПІІ різко скоротився відносно показника 2015 року (зниження на 13%), склавши лише 1,52 млрд дол. Подібна негативна тенденція була пов'язана в цілому з скороченням темпів зростання світової економіки [47].

Відповідно до даних, представленими в Звіті ЮНКТАД з моніторингу глобальних інвестиційних трендів [125], саме в цей період проявився стратегічний тренд реалізації міжнародними компаніями інвестицій в економіках країн з ринком, що формується (причому на тлі загального скорочення, або зниження темпів зростання, цілого ряду основних економічних показників). Так, тільки за 2016 рік загальний ріст обсягів ПІІ в країнах з ринком, що формується склав 38%, а їх накопичені значення досягли 58 млрд дол.

При цьому в Звіті зазначено, що основні обсяги ПІІ в країнах даного типу були пов'язані з реалізацією великих інвестиційних проектів на території Росії і Казахстану з проведення операцій в найбільших нафтових компаніях. ПІІ в Росії збільшилися тільки у 2018 році на 62%, досягнувши максимального значення 19 млрд дол., тоді як в Республіці Казахстан обсяг залучених ПІІ збільшився в два рази (склавши 8,1 млрд дол.). Згідно з експертними оцінками фахівців ООН подібна позитивна динаміка пов'язана з приватизацією 19,5% акцій компанії «Роснефть» в Росії, проведеної в 2019 р, і збільшенням обсягів інвестицій в розвиток проектів з видобутку вуглеводневої сировини в Казахстані [146].

Ще одним глобальним трендом, який найбільш інтенсивно виявляється в останнє десятиліття, є істотне збільшення обсягів іноземних інвестицій в країнах

світу з найбільш розвиненими економічними системами. Обсяг глобальних ПІІ, розміщених в розвинених країнах світу, становить 962 млрд дол. (55% від загальносвітового показника). Обсяг ПІІ, залучених в економіки країн Європейського Союзу, був одним з найвищих в світі, а ПІІ, залучені в економіку США, всього за один рік збільшилися в чотири рази. Це вкрай важливе спостереження, оскільки воно свідчить про неповну відповідність прийнятої в ряді наукових підходів гіпотези про те, що ПІІ реалізуються, в основному, у зв'язку з можливістю експлуатації дешевших економічних факторів виробництва і служать джерелом залучення сучасних просунутих технологій з розвинених країн в країни, що розвиваються і країни з ринком, що розвивається [95; 126].

Зауважимо, що саме країни з ринком, що розвивається (в основному азійські) весь попередній період були найбільшими одержувачами ПІІ в світі. Внаслідок цього певне зростання припливу ПІІ в 2015-2018 рр. спостерігалось і в країнах, що розвиваються (близько 9%), загальний обсяг яких досяг рекордних для даної групи країн 765 млрд дол., більш 500 млрд з яких були залучені в економіку країн Азійського регіону. За аналізований період істотної зміни припливу ПІІ в країни Латинської Америки, Африки та Карибського басейну не спостерігалось.

Незважаючи на ряд негативних тенденцій в розвитку світової економічної системи і окремих країн, в тому числі і провідних економічних держав Європи, протягом 2019 р. лідерство за обсягами залучених ПІІ зберегли США (385 млрд дол.), Великобританія (179 млрд дол.) і Китай (139 млрд дол.). І це на основі погіршення показників інвестиційного клімату, зокрема скорочення сукупного обсягу інвестицій в країнах Європи на 22%, в країнах Карибського басейну на 19%, на африканському континенті на 5%. США як і раніше залишаються глобальним лідером за показником інвестиційної привабливості в цілому і ПІІ, зокрема [146].

Однією з істотних мотивацій для реалізації ТНК міжнародних злиттів і поглинань, які вплинули на істотний приріст ПІІ в США і Європі, є реалізація стратегій корпоративних трансформацій, метою яких є оптимізація податкових

платежів – в процесі здійснення великих угод передбачався перехід податкового домициля транснаціональних корпорацій в податкові юрисдикції з істотно нижчими ставками корпоративного податку, з якого виключаються податки на глобальні доходи.

Як показано на графіку (рис. 2.4), найбільш стійкою тенденцією, що спостерігається останні десятиліття в ПІІ, є їх зростання в країнах, що розвиваються.

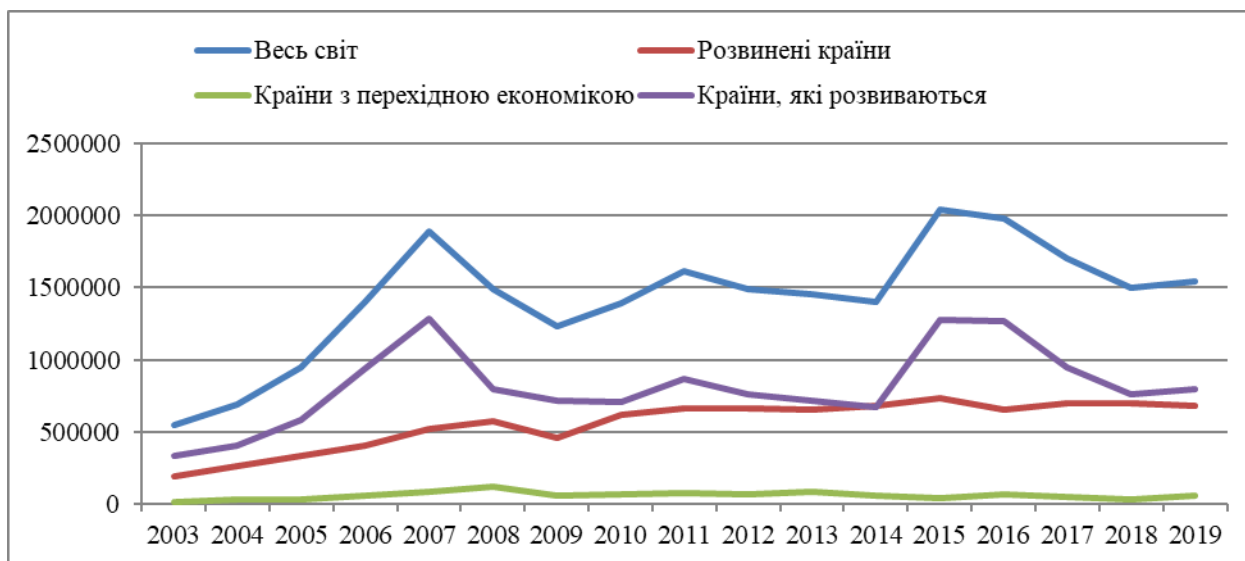


Рис. 2.4. Динаміка ПІІ в світі, 2003-2019 рр. (млн дол) [144]

Країни з економікою, що розвивається, демонстрували зростання обсягу залучених ПІІ, навіть в ситуації глобального погіршення інвестиційного клімату в 2014 р. Саме цей невеликий період був першим в історії, коли ПІІ в економіки країн, що розвиваються, перевищили обсяг їх сукупного залучення розвиненими країнами. Дана тенденція в цілому узгоджується з тезою, висунутим лауреатом Нобелівської премії з економіки Полом Кругманом про те, що ПІІ з розвинених країн в країни, що розвиваються ростуть виключно в умовах економічного спаду [129]. В результаті, вже сьогодні практично половина найбільших країн-одержувачів ПІІ є країнами з економіками, що розвиваються і ринком, що формується.

Протягом 2015-2017 рр. обсяг залучених ПІІ істотно виріс в таких економічно розвинених країнах, як Німеччина (в 32 рази), Швейцарія (в 9,8 рази), США (в 3,5 рази), Ірландія (в 3,2 рази) і Франція (в 2,8 рази).

При цьому слід зазначити, що економіки всіх цих країн є одними з найбільш розвинених в світі. Перші три лідируючі позиції, як і раніше, займають США, Гонконг (Китай) і Китай, однак як серед розвинених країн, так і в країнах з ринком, що формується, відбуваються істотні зміни, що підтверджує тезу про те, що власники міжнародного капіталу прагнуть оптимізувати інвестиції, використовуючи потенціал інвестування в тих економіках, які забезпечують їм необхідне співвідношення ризику і прибутковості [128].

У процесі систематизації та аналізу потоку ПІІ між країнами була виявлена і ще одна важлива тенденція – країни, які залучають найбільші обсяги ПІІ в світі, одночасно виступають і найбільш активними в процесах прямого інвестування за кордоном. Таким чином, можна висунути припущення про те, що подібні інвестиції носять зустрічний характер і спрямовані на пошук більш рентабельного інвестиційного капіталу, а також орієнтовані, серед іншого, на створення виробництва в країнах і регіонах, що володіють великим внутрішнім попитом на вироблену міжнародними компаніями продукцію і характеризуються потенціалом високої продуктивності праці.

Так, Японія, регулярно займає одне з лідируючих позицій за показниками вивезення ПІІ (станом на 2019 р. - 2-е місце), не увійшла навіть до двадцятки найбільших імпортерів ПІІ. Безумовно, подібні оцінки не завжди справедливі, якщо враховувати, що не всі інвестиції, здійснювані за кордоном і що враховуються статистичними службами, як ПІІ, володіють всіма характеристиками ПІІ [131, с. 274].

Факторами, що визначили зміну тенденції ввезення ПІІ в країни, що розвиваються, стали зниження світових цін на основну сировину, зниження обмінного курсу національних валют, а також явища, які виявляються останнім часом, що пов'язані з ростом геополітичних ризиків, які обмежують міжнародну економічну інтеграцію [131, с.275]. Явним винятком серед цієї групи країн

виявився Китай, який збільшив експорт ПП, зберігши 3-є місце серед країн-лідерів.

Стратегічною тенденцією, сформована ще в другій половині ХХ століття, є те, що найбільші ПП реалізуються в рамках міжнародних економічних інтеграційних об'єднань і великих транснаціональних інвестиційних проектів [47, 116]. Країни-члени Великої двадцятки (G20), Трансатлантичне торгово-інвестиційне партнерство (Transatlantic Trade and Investment Partnership), Азіатсько-Тихоокеанське співробітництво (Asia-Pacific Economic Cooperation, АРЕС), Транстихоокеанське партнерство (Trans-Pacific Partnership, TPP), Регіональне всеосяжне економічне партнерство (Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP) і БРІКС (BRICS) формують більше половини світового обсягу ПП (табл. 2.2).

Дані, представлені в табл. 2.2, наочно демонструють, що глобальною тенденцією, виключення з якої складають лише країни-учасники інтеграційного об'єднання БРІКС, є те, що найбільші ПП здійснюються саме між країнами, які беруть участь в інтеграційних союзах (сукупний обсяг вхідних ПП цих країн, що походять з інших країн об'єднання, досягає 30-60%). Очевидно, що участь в подібних регіональних міжнародних інтеграційних об'єднаннях робить істотний вплив на формування положень стратегії транснаціональних корпорацій, особливо коли здійснюється стратегічне рішення про країну і регіоні локації здійснення довгострокових інвестиційних проектів [113]. З урахуванням цієї тенденції, необхідно, щоб при формуванні корпоративних стратегій розвитку враховувалися питання прогнозів і перспектив формування нових економічних міжнародних об'єднань і стратегії їх розвитку.

Таблиця 2.2

Ввезення ПП в економіку найбільших міжнародних економічних і торгових об'єднань в 2014 і 2019 рр., млн дол.*

Міжнародне об'єднання	2014 р.	Частка в світових ПП, %	2019 р.	Частка в світових ПП, %
BRICS	261852,3	18,7	300126,8	19,5
АРЕС	799523,3	57,0	815081,0	52,9

EU28	312030,2	22,2	446896,1	29,0
G20	992721,7	70,7	1180434,6	76,7
TPP	283122,9	20,2	275843,3	17,9

* Подібні частки отримані в зв'язку з тим, що одні й ті ж країни є членами різних міжнародних об'єднань

**Складено автором за даними [124]

Наступною стратегічною тенденцією, що виявляється в сфері ПП, стало стійке скорочення їх накопичених значень в первинному секторі і зростання в обробних секторах економік [137]. Активізація міжнародних інвесторів на угодах по злиттю і поглинання найбільш суттєво вплинула на прояв подібного тренда, на підтвердження чого можна навести той факт, що вже в 2015 р. угоди з підприємствами обробних секторів економіки досягли найбільших обсягів за весь період спостережень, склавши 388 млрд дол. (вище максимального значення показника, досягнутого в 2007 р.), що становить більше половини від загального обсягу транскордонних злиттів і поглинань, а загальна сума інвестицій, реалізованих в процесі злиття і поглинань за 2016 р. досягла максимального значення за всі періоди спостережень – 831 млрд. дол. [125]. Динаміка міжнародних злиттів і поглинань представлена у вигляді графіка на рис. 2.5.

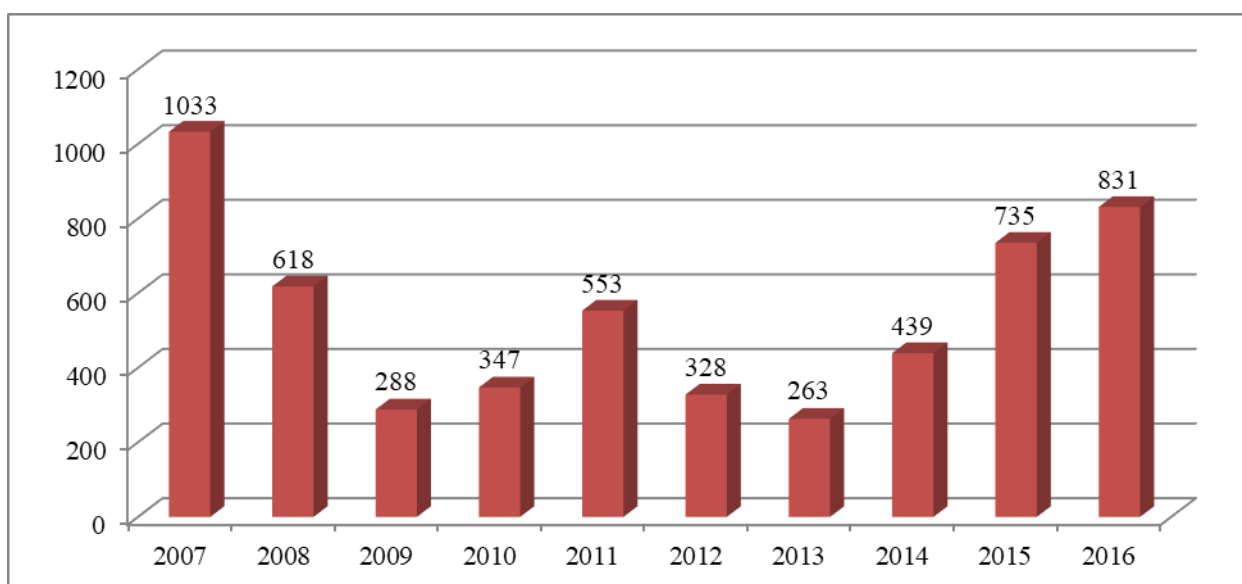


Рис. 2.5. Транскордонні злиття і поглинання, 2007-2016 рр. (млрд дол.) [124]

Одним з факторів, що змінив галузеву структуру міжнародних інвестицій і вплинув на перерозподіл їх потоку від видобувних в обробні сектора економіки, стало зниження світових цін на основні види сировини і, як наслідок, скорочення рентабельності інвестицій. Найсильніше ця тенденція проявилася в динаміці припливу ПІІ в країнах з ринком, що формується. Основну частку в загальному обсязі ПІІ складають компанії в сфері послуг.

Як і раніше, зберігається глобальний тренд інвестування в офшорних зонах, незважаючи на зниження цього показника в 2015 р. Обсяг щоквартальних потоків інвестицій через фонди спеціального призначення світових офшорних фінансових центрів значно збільшився в порівнянні з 2014 р. [137]. Одночасно динаміка їх зміни характеризувалася відносною нестійкістю протягом року: істотне збільшення обсягів інвестицій в перші три квартали і їх різке скорочення в четвертому кварталі, склавши в цілому за 2015 р. 221 млрд. дол. Істотну частку цих інвестицій склали потоки в країни з ринком, що формується і країни з перехідною економікою, частина з яких представляють собою репатріацію раніше вивезеного капіталу і транзит ПІІ.

Хоча інвестиції з зон офшорного фінансування за останні роки скоротилися, рентабельність для інвесторів як і раніше залишається високою що, швидше за все, забезпечить стійкість даного тренду протягом довгого часу. Однак подібна форма залучення ПІІ призводить до врахування доходів, одержуваних від реалізації інвестицій в країнах, що надають лише можливості звільнення від податкових виплат і не мають відношення до країн і регіонів, які безпосередньо беруть участь у виробництві продукції та наданні послуг.

Даний факт явно свідчить про те, що в цій галузі накопичились серйозні недоліки, пов'язані з неузгодженістю стратегій міжнародних інвесторів, країн, що приймають ПІІ, і країн, що надають пільгові умови оподаткування. Наявність істотного розриву в стратегічних інвестиційних і податкових пріоритетах учасників інвестиційного процесу може привести до зниження мотивації регіонів, які приймають іноземні інвестиції, до вироблення інструментів стимулювання залучення в економіку ПІІ [116].

Інвестиційна та податкова політика, що реалізуються в різних країнах і регіонах світу, повинні формуватися, виходячи з основних положень реалізованої стратегії міжнародної інвестиційної діяльності, забезпечуючи узгодженість з тактикою реалізації подібних стратегій. Підвищення ступеня взаємодії між корпораціями, представниками галузей, країн і регіонів в процесі розробки стратегії реалізації інвестицій на міжнародних ринках призведе до вироблення більш узгоджених документів і дій, спрямованих на оптимізацію в стратегічній перспективі результатів для всіх учасників. В якості основних керівних принципів розробки міжнародної податкової та інвестиційної політики можливе використання принципів, розроблених організацією ЮНКТАД [124].

Слід зазначити, що існує сильна позитивна залежність між динамікою ПІІ і характеристиками економіки, яка приймає ці інвестиції, а також пріоритетами стратегічного розвитку, реалізованими в цих країнах і регіонах. Так, країни, в яких розвиток підприємств сировинного сектора є основним в системі національних, або регіональних, стратегічних економічних пріоритетів, знаходяться в більшій залежності від зміни світових цін на вироблені в них сировинні ресурси. У той же час, країни і регіони, які реалізують пріоритети розвитку обробних виробництв із застосуванням складних технологічних процесів, є менш вразливими при несприятливій зміні зовнішньої кон'юнктури, в результаті чого потік ПІІ в них виявляється більш стійким [116].

Отже, загальна динаміка потоку ПІІ в різних країнах і регіонах світу залежить як від показників розвитку національної економіки, так і від реалізованих в них стратегічних галузевих пріоритетів розвитку. Наведемо огляд різних регіонів світу з точки зору впливу прийнятих пріоритетів на активність залучення ПІІ, ґрунтуючись на статистиці за обсягами ПІІ в різних регіонах (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Поток ПІІ, за регіонами, в 2017-2019 рр. (млн дол.)*

Регіон	Ввезення ПІІ			Вивезення ПІІ		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Весь світ	1700468	1495223	1539880	1600984	986351,3	1313770

Розвинені країни	700636,4	699305,6	684723,3	467356,6	414746,7	373102,3
Європа	605299,3	388395,3	473112,9	574032,9	455228,6	498775,1
Північна Америка	303491,4	297093,4	296666,1	378684,4	-40774,6	201456,5
Країни, які розвиваються	950149,8	761391,4	800239,1	1095155	534027,9	916879
Африка	41535,13	50576,53	45368,12	12025,27	8156,814	5336,869
Азія	545310,2	538994,5	517692,3	591731,7	557104,7	562809,6
Східна та Південно-східна Азія	433427,8	426023,6	403106,3	531437,4	487854,8	506445,6
Південна Азія	51641,72	52224,66	57429,17	11492,85	11632,15	12284,1
Західна Азія	51159,23	53880,69	49165,15	47749,22	58640,16	46643,2

Продовження таблиці 2.3

Латинська Америка та Карибський басейн	156192,8	148920,3	164236,5	38248,6	127,4492	41598,29
Океанія	48638,76	71242,52	42803,69	6261,343	6508,374	3793,286
Країни з перехідною економікою	49681,39	34525,64	54917,29	38472,75	37576,66	23788,36

* Створено автором за даними [124]

Щодо ситуації у розвинутих країнах, то основним стратегічним пріоритетом економічного розвитку країн даної групи є досягнення і утримання лідерських позицій в більшості галузей. Реалізація подібних пріоритетів забезпечується розробкою і впровадженням прогресивних промислових технологій, широкою диверсифікацією продукції, що випускається, зростанням продуктивності праці, удосконаленням виробничих і управлінських процесів тощо. Саме ці країни є найбільшими постачальниками стратегічних інвестиційних ресурсів на світові ринки капіталу, а також і їх основними одержувачами [113]. У 2019 р. транснаціональні компанії з розвинених країн інвестували за кордоном рекордні 1,1 трлн дол., продемонструвавши зростання в 33% всього за один рік [124].

Економіки, що розвиваються. Ця група країн є неоднорідною, оскільки включає регіони, в яких обсяги і темпи зростання промислового виробництва одні

з найвищих в світі (країни азіатського регіону), але також і країни, основний економічний потенціал яких полягає у використанні багатої ресурсної бази (країни Африки, Латинської Америки і СНД).

Так, Африка, будучи великим континентом, розділеним на велику кількість країн, залишається як і раніше економічною периферією. В рамках даного дослідження важливим є показник потоку ПІІ. Очевидно, що причиною низької активності інвесторів є в більшості своїй сировинна спрямованість національних економік та висока залежність виробництв від динаміки світових цін на вироблене сировину. Найбільшими одержувачам ПІІ в цьому регіоні є Єгипет, ПАР, а також ряд країн, які видобувають вуглеводневу сировину і дорогоцінне каміння.

Причиною низької активності інвесторів в цьому регіоні також є політична і економічна нестабільність, що при прийнятті стратегічних рішень про здійснення фінансування великих промислових проєктів за кордоном є вкрай важливим. Так, практично рекордне зростання інвестицій в Кенії в 2019 р. (1,4 млрд дол.) обумовлене поліпшенням ділового клімату і бурхливим розвитком внутрішнього споживчого ринку, що робить привабливим здійснення горизонтальних ПІІ. Зміна стратегічних пріоритетів від орієнтації на видобуток сировинних ресурсів (з метою їх експорту на світові ринки) на підвищення ділової активності, розширення внутрішнього споживчого ринку та економічну стабільність призводить до активізації іноземних інвесторів і зростання інвестиційної привабливості економіки в цілому.

Економіки азіатських країн, що розвиваються, (в основному Східної і Південно-Східної Азії) є найбільшими в світі одержувачами ПІІ, сукупний обсяг яких склав 403 млрд дол. Істотний внесок в зростання цього показника роблять інвестиції в корпоративний акціонерний капітал в процесі організаційних трансформацій. Економічні системи основних реципієнтів в цьому регіоні (найбільшими з яких є Китай і Гонконг) характеризуються глибокою диверсифікацією, великою ємністю внутрішнього ринку, бурхливим розвитком корпоративної форми власності, що формує високий рівень інвестиційної привабливості для іноземних інвесторів [47].

Приклад цього регіону є яскравим підтвердженням тези про те, що наявність пріоритетів розвитку, що мають відображення в стратегії довгострокового розвитку національних економік, які ґрунтуються на існуючих конкурентних перевагах, забезпечує успіх країн і регіонів на глобальному економічному просторі. Зростання спостерігається і в країнах, які переходять в активну стадію економічного зростання, формуючи пріоритети зростання ємності внутрішнього ринку і активізації експорту, рівень доходу в яких відносно низький (наприклад, у В'єтнамі і М'янмі). Зростання припливу ПІІ демонструє Індія, яка реалізує стратегію активізації промислового виробництва з використанням високих технологій та масового аутсорсингу, а також Туреччина, динаміка ПІІ в якій сильно залежить від рівня політичної стабільності і світових цін на природні ресурси.

Країни, зацікавлені в залученні ПІІ, реалізують заходи, що стимулюють активність іноземних інвесторів. Більшість заходів, які формують умови зовнішньої торгівлі, реалізуються з метою їх лібералізації. За даними ЮНКТАД, з 96 заходів, реалізованих в світі у 2019 р., 71 забезпечували спрощення умов зовнішньої торгівлі і тільки 13 вводили додаткові обмеження і норми регулювання іноземних інвестицій. Більшість країн в цілому ряді пріоритетних галузей (таких як авіація, фінансова сфера, гірничодобувна галузь і нерухомість) знижують бар'єри, або повністю відміняють обмеження щодо ввезення іноземного капіталу [124].

Стратегічні пріоритети в країнах, що характеризуються активізацією ПІІ, реалізуються за рахунок наступних заходів:

- приватизація, в тому числі об'єктів промислової і транспортної інфраструктури;
- спрощення процедур ліцензування підприємницької діяльності;
- розвиток спеціальних економічних і вільних зон;
- надання різних інвестиційних пільг;
- прийняття або вдосконалення норм інвестиційного законодавства (як це сталося в ряді країн в Африці).

Однак слід зазначити, що в окремих галузях, що визначають економічну і товарну безпеку національної економіки, реалізуються пріоритети, спрямовані на обмеження участі іноземного капіталу і посилення процедур отримання іноземними інвесторами дозволів на придбання активів в країні [47; 67]. До подібних об'єктів належать, наприклад, підприємства оборонно-промислового комплексу, а також сільськогосподарські землі.

Для того, щоб країни змогли отримати найбільший позитивний ефект від зростання глобальної економіки, в якості одного з основних стратегічних пріоритетів їм необхідно визначити зростання внутрішніх і іноземних інвестицій. З метою забезпечення активізації ПІІ в регіоні необхідно реалізовувати заходи стимулювання інвестицій, а не спрощення процедур інвестування. Існує безліч прикладів, коли в регіонах формуються сприятливі умови для інвестування, але істотного приросту капітальних вкладень в них так і не відбулося, оскільки не були впроваджені механізми стимулювання інвестицій.

2.3. Аналіз діяльності міжнародних ТНК

На сьогоднішній день світові процеси глобалізації представлені в різних сферах діяльності людства. Однією з форм прояву глобалізації є економічна інтеграція, яка в сучасних умовах стала частиною світової економіки. Такий процес не тільки істотно впливає на розвиток окремої державної економіки, але і стає каталізатором для появи і становлення транснаціональних корпорацій. Транснаціональними корпораціями (ТНК) називаються найбільші та економічно розвинені компанії або їх об'єднання, які включають до свого складу підрозділи, філії або виробничі відділення в двох і більше країнах [41, с. 24].

З визначення ТНК можна виділити найбільш важливу відмінну рису, яка детермінує ТНК в сучасному світі – наявність капіталу компанії в декількох країнах світу. Оскільки ТНК має право розпоряджатися власними активами на різних територіях і існувати поза межами національних кордонів, для таких компаній формується така сучасна особливість, як їх активна участь в економіці,

світовій політиці, широкомасштабних технічних і наукових дослідженнях і в багатьох інших міжнародних питаннях [69, с. 184]. З цього випливає, що діяльність будь-якої ТНК потрапляє в сферу інтересів і стратегій як окремої держави і державотворчих структур, так і світу в цілому.

Вплив транснаціональної корпорації на світову економіку здійснюється за допомогою конкуренції. ТНК являє собою об'єднання, для якого характерний величезний оборот коштів. Тому, відповідно до матриці Ансоффа, для таких корпорацій вигідно і раціонально застосовувати стратегію «Розвиток продукції» у порівнянні зі стратегіями «Розвиток ринку» або «Диверсифікація». Направляючи дохід з освоєних напрямків ринку на удосконалення нових напрямків діяльності, для ТНК стає реальним становлення нових товарів як висококонкурентних позицій [6, с.75].

На сучасному етапі розвитку ТНК в якості критерію для оцінки ефективності їх діяльності, а також для проведення аналізу їх впливу на світову економіку в умовах глобалізації, застосовуються показники продажів, прибутку, активів та ринкової вартості. Нижче в таблиці наведено список найбільших ТНК за версією американського фінансово-економічного журналу Forbes за станом на 30 квітня 2020 року на підставі ранжування за вказаними показниками [122].

Таблиця 2.4

Найбільші ТНК в світі, в млрд. доларів*

№	Назва	Країна	Галузь	Продажі	Прибуток	Активи	Ринова вартість
1	ICBC	Китай	Банківська справа	177,2	45,3	4322,5	242,3
2	China Construction Bank	Китай	Банківська справа	162,1	38,9	3822,0	203,8
3	JPMorgan Chase	США	Банківська справа	142,9	30	3139,4	291,7
4	Berkshire Hathaway	США	Холдинг	254,6	81,4	817,7	455,4
5	Agricultural Bank of China	Китай	Банківська справа	148,7	30,9	3697,5	147,2
6	Saudi Arabian Oil Company	Саудівська Аравія	Видобуток, переробка нафти і газу	329,8	88,2	398,3	1684,8

	(Saudi Aramco)						
7	Ping An Insurance Group	Китай	Страхування	155	18,8	1218,6	187,2

*Складено автором на основі [122]

З наведених у таблиці 2.4. даних можна зробити висновок, що китайські ТНК, що діють в банківській сфері, займають лідируючі позиції серед світових корпорацій. У число найбільших ТНК світу переважно входять американські і китайські компанії [97].

Рейтинг найбільших ТНК в світі і їх розподіл за країнами відображає поточне світове економічне становище. Крім того, простежується взаємозв'язок між місцем компанії в рейтингу і роллю країни даної ТНК на світовому ринку. Так, в 2020 р. в порівнянні з аналогічним рейтингом журналу Forbes за 2018 р. [72; 122], лідируючі позиції зайняли китайські ТНК, випередивши корпорації США.

Розглянута тенденція уповільнення економічної динаміки відображується і на темпах зростання показників діяльності ТНК, що підтверджує таблиця 2.5. У 2018 році топ-100 ТНК посилили свої позиції в міжнародній діяльності в порівнянні з 2017 р, збільшивши активи і продажі на 8%, хоча тенденція відновлення глобалізації залишається поки слабкою (табл. 2.5). Частка іноземних співробітників і частка іноземних продажів у всьому світі в загальному обсязі збільшилася на 1,2 і 2,2%, слідуючи тренду глобалізації. З 2017 по 2018 рр. частка продажів і іноземних активів збільшилася з 57% і 56% до 65% і 62% відповідно [144].

Таблиця 2.5

Тенденція розвитку 100 найбільших нефінансових ТНК*

Показники	Показники 100 найбільших ТНК по всьому світу					100 найбільших ТНК в що розвиваються і перехідних економіках		
	2016	2017	2016/2017 зміни (%)	2018	2017- 2018 зміни (%)	2017	2018	зміни (%)

Активи (мільярди доларів)								
іноземні	8 015	8 337	4,0	9 004	8,0	1 716	1 886	9,9
внутрішні	4 875	4 894	0,4	5 491	12,2	4 289	4 511	5,2
загальні	12 891	13 231	2,6	14 495	9,6	6 004	6 397	6,5
Частка іноземних (%)	62	63	0,8	62	-1,4	29	29	0,9
Продажі (мільярди доларів)								
іноземні	4 802	4 765	-0,8	5 170	8,5	1 734	1 559	-10,1
внутрішні	2 851	2 737	-4,0	2 793	2,1	1 903	1 965	3,3
загальні	7 653	7 502	-2,0	7 964	6,2	3 638	3 524	-3,1
Частка іноземних (%)	63	64	0,8	65	2,2	48	44	-3,4

Продовження таблиці 2.5

Зайнятість (тис. осіб)								
іноземні	9 130	9 535	4,4	9 757	2,3	4 003	4 603	15,0
внутрішні	7 141	6 920	-3,1	6 889	-0,4	7 900	7 434	-5,9
загальні	16 271	16 455	1,1	16 646	1,2	11 903	12 038	1,1
Частка іноземних (%)	56	58	1,8	59	1,2	34	38	4,6

*складено автором на основі [144]

Темпи зростання як світової економіки, так і економіки більшості країн знижуються [39]. При одночасній децентралізації світового простору прискорюється цифрова інтеграція [31; 42].

На міжнародних ринках спостерігається зростання виробництва ТНК, при цьому тільки у 2017 році обсяг їх продажів виріс на 7,4%, а додана вартість – на 6,5%. Загальна кількість зайнятих на виробництвах транснаціональних компаній склало 79,5 млн осіб. Однак одночасно проявляється і негативна тенденція зниження рентабельності ПП представництв міжнародних компаній в країнах, що приймають ПП.

Дані, представлені в табл. 2.5, наочно демонструють, що діяльність філій іноземних компаній є досить ефективною – спостерігається стійке зростання показників продажів іноземних філій і представництв, величини належних їм активів і експорт.

Наприклад, С. А. Жиронкін пише, що сьогодні в економіці розвинених країн йдуть структурні трансформації, пов'язані з « новою індустріалізацією » або « деіндустріалізацією », тобто в результаті 3D-друку, Інтернету речей, хмарних обчислень, біохімії і біомеханіки активно проникають в базові галузі – машинобудування, приладобудування, енергетику, будівництво, хімію. Все це показує перехід лідируючих країн до тренду імпортозаміщення та відродження базових галузей національної промисловості на новій технологічній основі [31]. У 100 провідних ТНК в країнах з економікою, що розвивається, також відбувається зниження темпів глобалізації (частка іноземних активів становить 0,9% 2012 р. до 2017 р. (табл. 2.6)), там переважають великі національні конгломерати.

Таблиця 2.6

Склад топ-100 світових ТНК по галузях економіки і знаходженню штаб-квартир, 2012-2017 рр. (кількість фірм)*

Галузь	2012 р.	2017 р.	Країни	2012 р.	2017 р.
Видобуток корисних копалин, нафтовидобуток	19	13	США	24	20
Авто- і авіабудування	13	13	Великобританія	17	14
Фармацевтика	10	12	Франція	13	12
Комунальні послуги	10	9	Німеччина	9	11
Оптова та роздрібна торгівля	10	6	Японія	9	11
Продукти харчування, напої і табачні вироби	9	8	Швейцарія	6	5
Технологічні компанії	7	15	Ірландія	-	4
Телекомунікації	6	7	Інші розвинені економіки	22	23
Інші промислові галузі	12	13	Економіки, що розвиваються	7	8
Інші галузі сфери послуг	4	4	Китай	3	4
всього	100	100		100	

* Складено автором на основі даних [144]

Що стосується розвинених країн, там компанії в 2018 р. розширили свій бізнес в автомобільній і технологічних галузях. Автомобільні ТНК збільшили свої іноземні активи в середньому на 10-20%, оскільки вкладали значні кошти в розробку нових продуктів, співпрацюючи з технологічними компаніями.

У таблиці 2.6 наведено динаміку частки іноземних активів і продажів з 2012 по 2017 рік у Топ-100 ТНК по галузям, яка підтверджує, що глобалізація найбільш торкнулася автомобільної і технологічних галузей.

Навіть в індустрії споживчих товарів, яка є відносно повільно розвивається в розвинених країнах, спостерігалось значне зростання.

Склад глобальних компаній значно змінився за п'ять років. Видобувні галузі і торгівлі корпорації знижували свої позиції в рейтингу.

У США під впливом глобальної конкуренції частка обробної промисловості у ВВП скоротилася до 12%, хоча на неї припадає майже 80% приватних витрат на наукові дослідження і розробки та понад 60% експорту країни [119].

Змінилася також географія ТНК, наприклад, Ірландія стала місцем розташування чотирьох корпорацій, а також зросла кількість в рейтингу Топ-100 ТНК з Японії і Німеччини (табл. 2.6).

За даними Національного наукового фонду США, потенційний світовий ринок нанопродукції і нанотехнологій в 2017 р. вперше перевищив 1 трлн дол., Найбільший внесок внесли наноматеріали (31%), наноелектроніка (28%) і фармацевтика (17%).

Дослідниками виділяється кілька протекціоністських пояснень представленим тенденціям:

- ініціація дискримінаційних заходів у торгівлі;
- ослаблення здатності міжнародних інститутів (ООН, МВФ та ін.) Встановлювати і забезпечувати дотримання загальних правил на протигагу двостороннім угодам, заснованих на національних інтересах;
- ослаблення домінуючої ролі західних країн в міжнародних фінансових інститутах і поява нових фінансових інститутів, таких як Китайський Азіатський інвестиційний банк і Новий банк розвитку;
- зростання державного капіталізму: посилюється економічна роль державних підприємств і фондів суверенного добробуту і пряма державна підтримка національних галузей. За даними дослідницької фірми Preqin, суверенні фонди тепер керують портфелями вартістю 7,3 трлн дол. США

порівняно з активами в розмірі 4,2 трлн дол. США у закритих приватних фондів [114].

У 2017 році на оголошені державними ТНК інвестиції в нові проекти довелося 11% від загального обсягу таких інвестицій в усьому світі; в 2010 році ця частка становила 8% [29]. У порівнянні з іншими ТНК, галузева структура державних ТНК більше зміщена в сторону фінансових послуг та добувної промисловості. Якщо робити висновки за основною господарською діяльністю штаб-квартир корпорацій, понад половини державних ТНК (51%) працюють у п'яти сферах: фінанси, страхування і нерухомість (18%); електроенергетика, газ і послуги санітарії (10%); транспорт (10%); диверсифіковані холдинги (7%); видобуток корисних копалин (6%) (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Державні ТНК: розподіл за основними секторами або галузями, 2017 р.*

Галузь	Число країн	Частка, %
гірська видобуток	90	6
холдинги	108	7
транспорт	152	10
Електроенергетика, газ і послуги санітарії	152	10
Фінанси, страхування і нерухомість	269	18
Усього	771	51

* Складено автором на основі [29]

Крім політичних факторів, автори роблять акцент на структурні зрушення в світовій економіці в результаті цифровізації [9; 98].

Основоположним питанням для дослідження і аналізу політики в цій галузі є питання про те, чи впливає цифровізація на зміну стратегій інтернаціоналізації ТНК.

В цілому стверджується, що цифровізація може привести до зниження ПП, оскільки вона дозволяє ТНК працювати в глобальному масштабі і розташовуватися на ринку без фізичної присутності [118; 120]. І традиційні цифрові компанії, такі як General Electric з платформою Predix, і новачки, як Uber, Airbnb і Flipkart в Індії, отримують доступ до безмежних глобальних ринків через

свої платформи інформаційних технологій і екосистеми місцевих партнерів. У період з 2012 по 2019 рік деякі компанії на платформі вирости більш ніж на 100% в порівнянні з однозначним зростанням в існуючих багатонаціональних компаніях [114].

Кількість цифрових фірм в Топ-100 міжнародних ТНК продовжує стрімко зростати (табл. 2.7). Рейтинг 2017 року включає 15 технологічних і 7 телекомунікаційних ТНК.

В теорії йдуть дискусії між тими, хто передбачає значні нові можливості в результаті цифровізації, і тими, хто очікує значного зниження зайнятості.

Позиція останніх заснована на тенденціях в області зайнятості, які представлені в таблиці 2.8. У телекомунікаційних та інших ТНК зайнятість залишалася практично на одному рівні з активами і операційними доходами, що показує, що цифровізація в цих групах до сих пір не торкалася конкретних робочих місць.

Таблиця 2.8

Тенденції в активах, виручці і зайнятості топ-100 ТНК в 2017 році (у відсотках до 2012 р.)*

Показники	100 найбільших ТНК по всьому світу					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Активи технологічних компаній	100	112	125	137	148	165
Виручка технологічних компаній	100	106	110	116	121	135
Зайнятість технологічних компаній	100	105	110	115	120	125
Активи телекомунікаційних компаній	100	99	98	99	99	99
Виручка телекомунікаційних компаній	100	95	90	92	91	92
Зайнятість телекомунікаційних компаній	100	110	93	95	99	92
Активи інших компаній	100	101	101	103	101	103
Виручка інших компаній	100	101	102	103	96	91
Зайнятість інших компаній	100	101	101	100	100	92

* складено автором на основі [143]

На відміну від цього, співробітники технологічних ТНК збільшувалися приблизно на 5% щорічно з 2012 по 2017 роки. Цей темп приросту приблизно відповідає збільшенню виручки, але значно нижче, ніж збільшення загальних активів, яке становило 11% в рік. Це вказує на те, що, хоча технологічні ТНК

створюють більше робочих місць у міру їх зростання, джерела корпоративної цінності переходять від праці до капіталу, тобто зайнятість знижується [26].

В цілому спостерігається істотне уповільнення зростання продуктивності праці в США і розвинених країнах в цілому після 2007 р. Індекс продуктивності праці в розрахунку на людину-годину робочого часу в США, що склав 2,2% в 1996-2007 рр., знизився більш ніж в два рази в 2017 р. – до 1,0%. У Великобританії в 2007 р. розглянутий показник дорівнював 2,1%, а в 2017 році він знизився до 1,7%, в Німеччині – з 3,4% у 2007 р. до 1,9% в 2017 р., в Італії – з 1,0% у 2007 р. до 0,6% в 2017 р. [134].

На думку одних авторів [42], розвиток робототехніки, штучного інтелекту і адитивних технологій кардинально знизять витрати виробництва в обробній промисловості. Це пояснюється тим, що більш затратні традиційні методи обробки вимагають використання окремих прес-форм для кожної продукції, а 3D-принтери дозволяють виробляти різну продукцію на одному і тому ж обладнанні. Можливості роботів дозволяють повністю автоматизувати процес складання і забезпечити зворотний перенос складальних операцій з регіонів з дешевою робочою силою, скоротивши довгі ланцюжки доданої вартості, що формуються ТНК.

Даний факт змушує ТНК переходити на гнучкі виробничі потужності, які розташовані близько від споживачів, на заміну раніше поширеним підприємствам-гігантам в станах з дешевими ресурсами і робочою силою.

На думку інших [40], продуктивність знижується не тільки за рахунок зайнятості в нових галузях, скільки за рахунок скорочення робочої сили в традиційних виробництвах на основі програмованої автоматизації рутинних процесів. Тому «міф» про деіндустріалізацію, тобто про заміну базових галузей новими інформаційними технологіями, біотехнологіями і іншими, не підтримується науковим співтовариством як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, які стверджують, що в основі розвитку повинні лежати, перш за все, виробничі галузі, а впровадження адитивних технологій ще досить затратно для більшості країн.

Проте, тенденції зниження потоків товарної торгівлі і зрушень в глобальних витратах в результаті впливу індустрії 4.0 змушує ТНК шукати нові напрямки розвитку.

Всі розглянуті компанії вкладають значні кошти в інновації, і географія цих вкладень змінюється в бік наближення до країни, де знаходиться штаб-квартира корпорації. Наприклад, Tencent Holdings Limited (Китай) перетворилася в дуже активний інвестиційний холдинг, який посилив свої позиції за рахунок фінансування азіатських технологічних стартапів. У 2018 році він більш ніж в три рази збільшив міжнародні активи, увійшовши в Топ-100 світових ТНК в перший раз. Інший приклад, Сінгапурська компанія Broadcom по розробці напівпровідникової продукції, що має спільну штаб-квартиру в Сінгапурі і в Сан-Хосе, Каліфорнія (США), здійснювала поглинання конкурентів протягом останніх п'яти років, але в 2017 р. операція з придбання компанії з розробки та дослідження бездротових засобів зв'язку Qualcomm в Сполучених Штатах не була здійснена. Ця угода могла б стати найбільшою технологічною угодою в історії (142 млрд дол. США) [144].

Протекціонізм сприяє децентралізації глобальних ланцюжків вартості, але цифрові послуги та платформи інтегрують складові частини бізнесу і екосистем, в яких він оперує. Це означає, що чим більше ТНК використовують послуги та підприємницькі рішення для різних товарів, відповідальність за прибутки та збитки зсувається від продуктових підрозділів до підрозділів, які працюють з клієнтами. Наприклад, найбільша компанія в світі, що продає товари і послуги через Інтернет, і один з перших інтернет-сервісів, орієнтованих на продаж реальних товарів масового попиту, Amazon.com у 2018 році інвестувала в активи обслуговуючих корпорацій, в тому числі власний парк вантажних автомобілів, службу доставки, роботокеруємі склади і власну авіакомпанію [144].

За даними індексного фірми FTSE, прибуток понад 700 найбільших міжнародних компаній з розвинених країн за останні п'ять років впав на 25% [139].

Прибуток національних фірм зріс на 2%. Це підтверджують дані таблиці 2.9, складені за рейтингом «2 000 глобальних компаній» журналу Forbes. Журнал Economist в своєму дослідженні діяльності 500 провідних корпорацій зазначає, що у восьми з десяти галузей економіки ТНК збільшували свої обсяги продажів повільніше, ніж їх національні конкуренти, в шести з дев'яти галузей вони показували більш низькі значення ROE (табл. 2.9) [139; 140].

Таблиця 2.9 підтверджує дані про розширення державного і національного капіталізму, що показують високі ROE у фінансових національних компаній: 10% відносно 7% у транснаціональних.

Таблиця 2.9

ROE національних компаній і ТНК за галузями економіки, 2018 р.,%*

Галузі	Національні компанії	ТНК
технологічні компанії	15	20
споживчі	20	11
промислові	18	12
комунальне господарство	6	11
фінанси	10	7
базові матеріали	8	4
медійні та телекомунікаційні	15	3
енергетика	2	-2
диверсифіковані конгломерати	10	11
всі галузі	10	10

* складено автором на основі [139]

Також високі значення ROE у медійних та телекомунікаційних національних компаній: 15% проти 3% у транснаціональних (табл. 2.9). Це підтверджує тезу про більш високі рівні конкурентоспроможності національних корпорацій.

Разом з перспективами поступового збільшення і поширення ТНК в світових економічних процесах, можна також виділити деякі стійкі структурні тенденції, в прогресі яких буде визначатися динаміка діяльності ТНК наступних років [41]. До найбільш вірогідних перспектив розвитку корпорацій можна віднести наступні:

Підвищення впливовості ТНК на території як розвинених, так і країн з економікою, що розвивається [97, с. 71]. Найбільші ТНК на даний момент володіють економічною потужністю, порівнянної з економічними можливостями деяких держав.

Очікується подальший розвиток і збільшення основних економічних показників для середніх і великих корпорацій.

Так, світові процеси глобалізації стають основою проходження еволюційних етапів розвитку малих і середніх ТНК, що згодом утворює з них важливих учасників світової економіки і міжнародних відносин.

Отже, ТНК не тільки представляють собою безперервні міжнародні економічні відносини, що розвиваються, а й є найбільш сильним інструментом для впливу на них. Корпорації мають ряд об'єктивно важливих характеристик як члени міжнародних відносин. До них відносяться наявність територій для здійснення діяльності, існування підрозділів і філій для реалізації продукції без митних зборів, а також залучені людські, природні, наукові ресурси іноземних держав. Тобто на сучасному етапі розвитку ТНК займають позиції активних учасників міжнародного поділу праці і кооперації і розподіляють світові ресурси.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПРИКЛАДІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

3.1. Аналіз міжнародного середовища, на якому діють українські фірми

Тенденції світового продовольчого ринку є найважливішим фактором розвитку харчової промисловості України в умовах прогресуючої глобалізації. В останні десятиліття Україна стала одним з найбільших імпортерів продовольства, що знижує не тільки продовольчу, а й економічну безпеку країни. Врахування тенденцій світового ринку при формуванні стратегії підприємств необхідний для забезпечення високої конкурентоспроможності вітчизняного продовольства.

За даними ІТС, на частку «п'ятірки» припадає 45% всього світового аграрного експорту і 40% всього імпорту. На групу 20 найбільших експортерів, в яку входить і Україна, доводиться 77% експорту і 58% імпорту. Винятки з цього правила зводяться до невеликої групи країн, що розвиваються, розташовані в тропіках, – вони експортують набагато більше, ніж імпортують [74].

Причини відсутності в сучасному світі немає аграрного експорту без великого імпорту, розглянемо основні фактори.

По-перше, це прагнення до продуктової різноманітності. Рейтинги експортерів очолюють країни з високим рівнем ВВП на особу. Великий імпорт для них – ознака високого рівня розвитку національних економік, що дозволяє місцевим споживачам купувати кращі товари. США, Франція, Німеччина, Італія – одночасно великі експортери та імпортери сиру. Американці, наприклад, щорічно купують різноманітних, переважно європейських, сирів на \$ 1 млрд, паралельно продаючи стільки ж або навіть більше.

По-друге, порівняльні витрати виробництва. Країна фокусується на виробництві того, що у неї виходить дешевше або якісніше, ніж у конкурентів. У

нашому списку найбільших країн-експортерів є, напевно, одне велике виключення – Бразилія, країна з унікальними природно-кліматичними умовами для аграрного бізнесу, що дозволяють збирати по два врожаї на рік. У порівнянні з експортом Бразилія імпортує відносно небагато продовольства. Але це виняток лише підтверджує загальне правило, тому що Бразилія – один з найбільших імпортерів такого базового товару, як пшениця. І влада країни, і бізнес розуміють, що в рамках міжнародного поділу праці ефективніше завозити пшеницю з сусідньої Аргентини, а самим зосередитися на вирощуванні та експорті (безпосередньо або через м'ясо) набагато більш прибуткових для Бразилії культур – кукурудзи і сої.

По-третє, сезонність і логістика.

По-четверте, поділ праці в рамках глобальних ланцюжків постачань. Тут багато що залежить від характеру товарного ринку, компетенцій бізнесу, вартості робочої сили і логістики, національних відмінностей в попиті на продовольство. Характерний приклад Нової Зеландії – найбільшого постачальника молочних товарів на світовий ринок, але одночасно і імпортера ряду молочних продуктів. У процесі переробки відбувається «розбирання» базового сировинного товару на десятки і сотні «деталей», попит на які на національному та світовому ринках не збігається. Наприклад, найбільший молочний кооператив цієї країни – Fonterra давно переріс національні кордони. Завод компанії у Великобританії в якості побічного продукту виробляє молочну сироватку, яка поставляється на завод в Нідерландах. Там сироватка конвертується в галактоолігосахарид, який надходить на австралійський завод Fonterra, де змішується з іншими інгредієнтами, які надходять з Нової Зеландії, для виробництва кінцевого продукту – дитячих молочних сумішей. Нарешті, брендovanі суміші з Австралії розлітаються по всьому світу і в тому числі поставляються і в саму Нову Зеландію [73].

Таким чином, інтеграція національних аграрно-продовольчих систем в світові ланцюжки поставок часто не ускладнює, а допомагає розвитку національної аграрної економіки і аграрного експорту: вивільняє місцеві

обмежені ресурси, змушує інтенсивніше працювати мізки і підвищує місцеві компетенції.

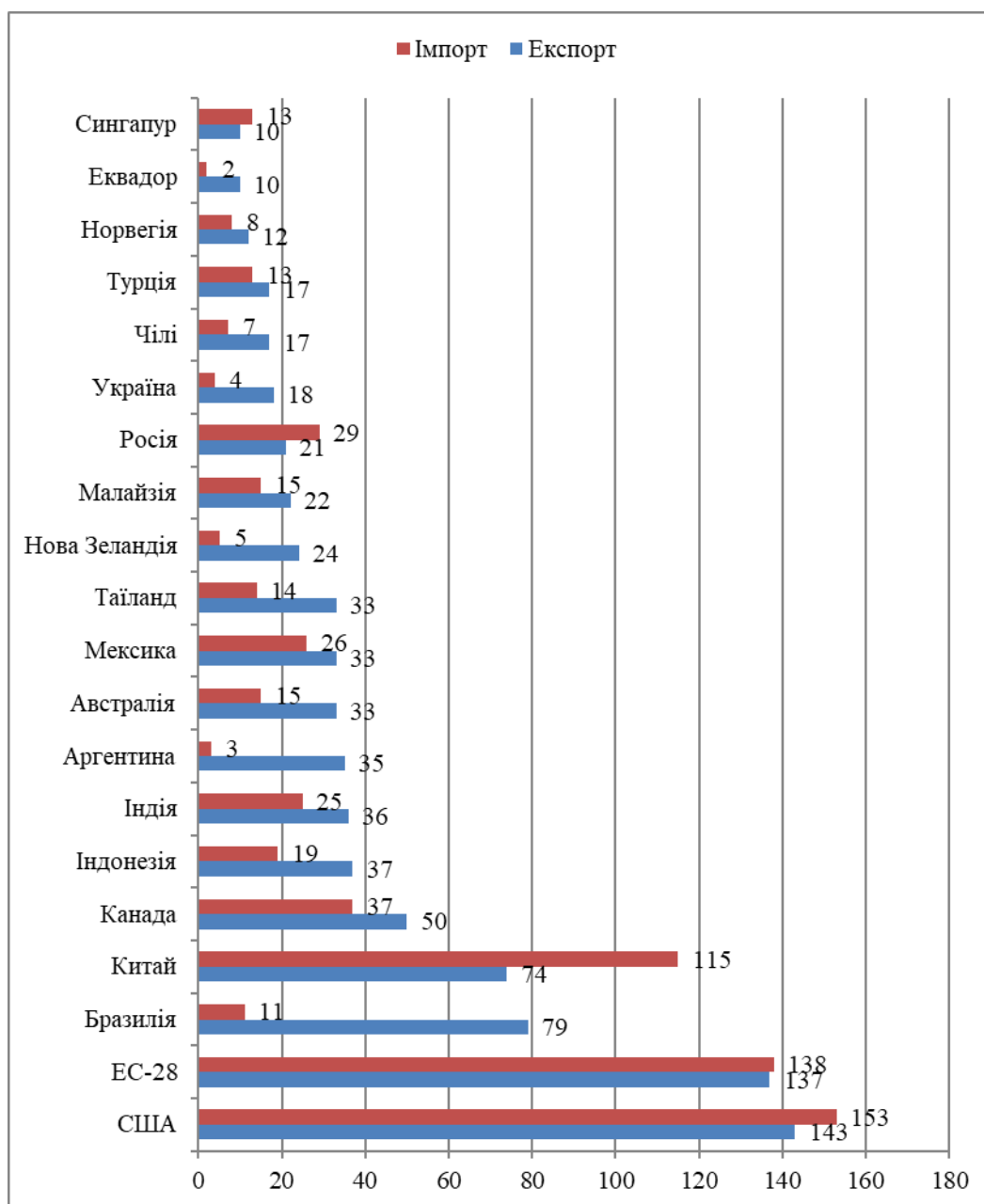


Рис. 3.1. Зовнішня торгівля найбільших експортерів та імпортерів продовольчої продукції у 2019 році, млрд. дол. США [74]

Національні уряди допомагають вирощувати місцевих «аграрних чемпіонів», які поступово стають глобальними компаніями. Але залишати своїх споживачів на ринку наодинці з місцевими монополістами – такого сучасні уряду собі дозволити не можуть. Кожен вихід на ринок країни – це, як правило, подолання численних технічних бар'єрів у вигляді фітосанітарних і ветеринарних

обмежень. В результаті в світі функціонує особливий бюрократичний «ринок» взаємних поступок у сфері торгівлі продовольством, в рамках яких експортуюча країна, як правило, вимушено відкриває і свої ринки.

Згідно з доповіддю, опублікованою 12.11.2020 року ФАО, світова торгівля продовольчими товарами виявилася в значній мірі несприйнятлива до наслідків пандемії, а країнам, що розвиваються навіть вдалося збільшити доходи від експорту [73].

В 2020 р. загальна сума витрат на імпорт продовольства у світовому масштабі може перевищити показник 2019 року, але при цьому спостерігається тенденція до скорочення споживання дорогих видів продовольства на тлі зростання споживання основних продовольчих товарів [73].

Результати аналізу свідчать про те, що активний внесок у підтримання товарообігу внесли країни, що розвиваються. У порівнянні з тим же періодом 2019 року, їх експортна виручка за перші шість місяців 2020 року збільшилася на 4,6%, в той час як обсяги експорту розвинених країн скоротилися. Певною мірою таке скорочення можна пояснити різким падінням експорту напоїв, риби і м'яса, оскільки попит на ці товари гостріше реагує на зниження доходів домогосподарств, обумовлене стисненням світової економіки.

За півроку 2020 року світової імпорт напоїв впав більш ніж на 12%, рибної продукції – більш ніж на 10%, але при цьому спостерігався 10-відсоткове зростання обсягів торгівлі тваринами і рослинними жирами та олійними насінням [73].

Пандемія COVID-19 порушила функціонування ланцюжків виробництва і збуту тропічних фруктів, в першу чергу, швидкопсувних і відносно дорогих, обробка яких вимагає значних затрат ручної праці і швидкого транспортування, часто повітряним транспортом.

У 2019 році сільськогосподарська продукція становила 44,6% від загального експорту з України, зберігаючи лідерство в структурі продукції.

Згідно з календарними даними 2019 року, в історії України було зафіксовано найбільший експорт зерна (56,7 млн. тонн) й соняшникової олії (6,1

млн. тонн). Експорт молока та вершків без цукру без цукру (25 тис. тонн), яєць птиці без шкаралупи (144 тисяч тонн) та волоських горіхів (144 тисяч тонн), серед інших менш важливих пунктів у списку. 68 000 тонн), крохмалю (83 000 тонн) та консервованих томатів (59 000 тонн).

Загальний ріст експорту сільськогосподарської продукції 2019 року визначався збільшенням поставок у всі три великі регіони Азії, Європейського Союзу та Африки. Водночас пропозиція вітчизняної сільськогосподарської продукції також досягла найбільшого показника за часи незалежності України.

У кінці 2019 році Азія зміцнила свої позиції як головного імпортера вітчизняної сільськогосподарської продукції та придбала рекордну кількість української сільськогосподарської продукції другий рік поспіль. У 2019 році внутрішній експорт до країн регіону зріс до 9,4 млрд доларів. Це на 17,5% перевищує показник поставок у регіон у 8 мільярдів доларів, встановлений у 2018 році.

2019 року частка країн Азії досягла 42,2% від загального експорту сільськогосподарської продукції України.

Експорт української сільськогосподарської продукції до держав-членів ЄС досяг найвищого рівня за часи незалежності України. Обсяг на грошовій основі зріс до 7,5 млрд. дол. США, що на 19% перевищує показник 2018 року – 6,3 млрд. Дол. Водночас у 2019 році частка ЄС у внутрішньому експорті сільськогосподарської продукції досягла 33,5%.

Постачання африканських країн у 2019 р. зросло на 43% порівняно з 2018 р., досягнувши 3,3 млрд. дол., забезпечуючи регіону 14,9% частки сільськогосподарського експорту України.

Поставки вітчизняних сільськогосподарських продуктів харчування до країн СНД залишаються на рівні 2018 року, досягнувши 1,5 млрд. доларів, забезпечуючи регіону 6,5% частки сільськогосподарського експорту України. Загалом дані регіони закуповують понад 97% сільськогосподарської продукції українського походження.

Китай здобув лідерство в 2019 році як один із 10 найбільших імпортерів вітчизняної сільськогосподарської продукції, пересунувши Індію, яка третій рік поспіль займала перше місце, на третє місце [73].

Обсяг вітчизняної сільськогосподарської продукції, поставленої в країну 2019 року, становив 1,95 млрд доларів. Водночас частка Китаю у внутрішньому експорті сільськогосподарської продукції 201 року становила 8,7%.

Єгипет (1,67 млрд дол.), Індія (1,55 млрд дол.), Туреччина (1,54 млрд дол.), Нідерланди (1,48 млрд дол.), Іспанія (1,19 млрд доларів), Німеччина (871 млн доларів) також є основними споживачами вітчизняної сільськогосподарської продукції), Польща (785 млн. дол.), Італія (716 млн. дол.), Білорусь (605 млн. дол.). Такі країни, як Китай, Єгипет та Туреччина збільшили закупівлі української сільськогосподарської продукції більш ніж у 1,5 рази порівняно з 2018 роком.

10 країн отримали понад 55% валютних доходів вітчизняних експортерів сільськогосподарської продукції в 2019 році. Зернові культури, різні олії, олійні насіння, залишки, відходи та приблизно їх вартість. М'ясна продукція, яка становить 85%, традиційно є основним продуктом вітчизняного сільськогосподарського експорту.

3.2. Інновації як фактор міжнародної конкурентоспроможності українського бізнесу

Найважливішим фактором модернізації національної економіки, розвитку і зміцнення її позицій на світовому ринку, підвищення рівня конкурентоспроможності України є інтенсифікація інноваційної діяльності. Попит на технологічні інновації з боку українських підприємств залишається вкрай низьким і не відповідає очікуваним змінам в економічному житті країни [105].

Застаріла інфраструктура, нездатність забезпечити освоєння і створення нових факторів виробництва, диспропорції між наявністю інноваційних можливостей і їх реальним втіленням на практиці робить необхідним аналіз

тенденцій розвитку інноваційної сфери як фактора досягнення конкурентоспроможності. Реалізація конкурентних переваг української економіки на основі інноваційних підходів передбачає необхідність вдосконалення існуючих і впровадження абсолютно нових організаційно-управлінських, фінансово-економічних та виробничих технологій [124].

Сучасний економічний розвиток характеризується провідним значенням науково-технічного прогресу та інтелектуалізацією основних факторів виробництва. На частку нових знань, втілюваних в технологіях, обладнанні, освіті кадрів, організації виробництва в розвинених країнах припадає від 80 до 95% приросту ВВП. Впровадження нових технологій стало ключовим фактором успіху в ринковій конкуренції, основним засобом підвищення ефективності виробництва і поліпшення якості товарів і послуг. Завдяки державній підтримці фактичного сектору економіки, пом'якшенню негативних наслідків економічних змін, що призводять до уповільнення економічного зростання в Україні, та збільшенню витрат на створення та розвиток інноваційних галузей. Розвиток інноваційних виробництв дозволить економіці переорієнтуватися з постачальника факторів виробництва на виробника якісної і конкурентоспроможної продукції.

Створення та підтримка конкурентних переваг впливає на діючі механізми компаній в Україні, пов'язані з проектуванням, виробництвом та продажем продукції. У той же час найбільш стабільна та інноваційна конкурентна перевага, а саме конкурентна перевага, заснована на використанні інновацій, в умовах посилення конкуренції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Інновації в українському бізнесі формують конкурентну перевагу при помірній та високій стабільності. Отже, інноваційна конкурентоспроможність компаній означає створення та впровадження інноваційних конкурентних переваг у покращенні якості продукції, зменшенні витрат, формуванні асортименту продукції та організації виробництва та управління в компанії.

Важливою особливістю економічного зростання є перехід до безперервного інноваційного процесу. Інтенсивність НДДКР багато в чому визначає рівень економічного розвитку. В умовах гострої конкурентної боротьби на ринку

виграють тільки ті підприємства, які забезпечують сприятливі умови для реалізації наукових досліджень. Досягти і утримати конкурентні переваги можливо лише за допомогою інновацій – це твердження стало аксіомою для сьогоденних українських підприємств. Незважаючи на те, що кожне успішне підприємство реалізує власну стратегію зростання, в основі своїй вони використовують один принцип – тільки постійні поліпшення і нововведення дозволяють добитися високого рівня ефективності виробництва [123].

Формування конкурентних переваг на основі інновацій можливе за допомогою їх реалізації в нових товарах і технологіях, що в свою чергу забезпечить підприємству технологічну перевагу перед конкурентами. Але мати конкурентну перевагу не самоціль для підприємства, важливо правильно зорієнтувати його діяльність і вміло слідувати обраної стратегії, що в кінцевому рахунку дозволить домогтися успіху в конкурентній боротьбі.

Розглянемо модель впливу інноваційних чинників на ВВП України [74].

Для аналізу розміру величини акціонерного капіталу виберемо 9 груп даних за 9 років (з 2011 по 2019 рр.), які безпосередньо впливають на формування ВВП.

Таблиця 3.1

Початкові дані для оцінки впливу інноваційних чинників України на обсяги ВВП, за 2011-2019 роки

	ВВП, млрд. дол. США	ІПШ, млн. дол. США	Експорт високотехнологічного експорту, % від експорту	Заявки на торговельні марки резидентів	Заявки на патенти резидентів	Інженери в НДДКР, осіб на млн	Дослідники в секторі НДДКР, осіб на млн	Обсяг експорту високотехнологічних товарів, млн. дол. США	Витрати на НДДКР, % від ВВП	Глобальний індекс інноваційності
	У	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
2011	163,16	7207	5,0	16837	2649	263	1258	2170,2	0,7	35,78
2012	175,71	8175	6,9	17946	2491	238	1231	2877,4	0,8	35,78
2013	179,57	4509	6,7	19773	2856	217	1162	2491,9	0,8	35,78
2014	130,57	847	7,5	15144	2457	191	1024	2222,4	0,7	36,26

Продовження таблиці 3.1

2015	90,49	-369	8,5	21246	2271	187	1006	1626,4	0,6	36,50
2016	93,31	3967	7,2	26065	2233	178	1037	1245,9	0,5	35,72
2017	112,13	3918	6,3	26276	2283	160	994	1267,1	0,4	37,62
2018	130,93	4576	5,4	27330	2107	150	988	1247,6	0,5	38,50
2019	154,69	5833	5,4	26885	2099	145	978	1242,6	0,5	37,40

Складено автором за даними [74]

З'ясуємо взаємозв'язок між факторами (тобто між значеннями різних груп).

За допомогою сервісу АНАЛІЗ ДАНИХ побудуємо матрицю парних коефіцієнтів, які допоможуть нам дізнатися кореляційний зв'язок між числами.

Таблиця 3.2

Кореляційна матриця

	ПП, млн. дол. США	Експорт високотехнологічного експорту, % від експорту	Заявки на торговельні марки резидентів	Заявки на патентки тезидентів	Інженери в НДДКР, осіб на млн	Дослідники в секторі НДДКР, осіб на млн	Обсяг експорту високотехнологічних товарів, млн. дол. США	Витрати на НДДКР, % від ВВП	Глобальний індекс інноваційності
ПП, млн. дол. США	1								
Експорт високотехнологічного експорту, % від експорту	-0,70986	1							
Заявки на торговельні марки резидентів	0,018938	-0,27349	1						
Заявки на патентки тезидентів	0,204555	0,051904	-0,74167	1					
Інженери в НДДКР, осіб на млн	0,396468	0,000968	-0,80803	0,812726	1				
Дослідники в секторі НДДКР, осіб на млн	0,629699	-0,19044	-0,66443	0,785577	0,955958	1			
Обсяг експорту високотехнологічних товарів, млн. дол. США	0,298804	0,177336	-0,86079	0,812844	0,824117	0,811075	1		

Витрати на НДДКР, % від ВВП	0,217353	0,192992	-0,8526	0,81908	0,808583	0,779634	0,959393	1	
-----------------------------	----------	----------	---------	---------	----------	----------	----------	---	--

Продовження таблиці 3.2

Глобальний індекс інноваційності	-0,10993	-0,38884	0,687145	-0,69663	-0,77549	-0,68906	-0,67073	-0,70442	1
----------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	---

Складено автором за даними табл. 3.1 засобами функцій Excel

Для полегшення аналізу зв'язку факторів перетворимо дані за допомогою функції ЯКЩО.

Таблиця 3.3

Інтерпретації кореляційної матриці

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
X1	1								
X2	Сильна	1							
X3	Немає зв'язку	Слабка	1						
X4	Слабка	Немає зв'язку	Сильна	1					
X5	Помірна	Немає зв'язку	Сильна	Сильна	1				
X6	Помітна	Слабка	Помітна	Сильна	Досить сильна	1			
X7	Слабка	Слабка	Сильна	Сильна	Сильна	Сильна	1		
X8	Слабка	Слабка	Сильна	Сильна	Сильна	Сильна	Досить сильна	1	
X9	Слабка	Помірна	Помітна	Помітна	Сильна	Помітна	Помітна	Сильна	1

Складено автором за даними табл. 3.2 засобами функцій Excel

Ця таблиця наочно показує силу взаємозв'язку в кожному випадку.

На основі отриманої матриці виберемо фактори, які найменшим чином пов'язані між собою. З попередньої таблиці видно, що зв'язок відсутній між: ПП, млн. дол. США, Заявки на торговельні марки резидентів, Заявки на патенти резидентів, Обсяг експорту високотехнологічних товарів, млн. дол. США, Витрати на НДДКР, % від ВВП Глобальний індекс інноваційності. Тому дані перерахованих груп ми і візьмемо для прогнозу.

Таблиця 3.4

Вихідні дані для побудови моделі оцінки впливу інноваційних чинників на ВВП України, за 2011-2019 роки

	ВВП, млрд. дол. США	ПП, млн. дол. США	Заявки на торгівельні марки резидентів	Заявки на патенки тезидентів	Обсяг експорту високотехнологіч них товарів, млн. дол. США	Витрати на НДДКР, % від ВВП	Глобальн ий індекс інновацій ності
	У	Х1	Х3	Х4	Х7	Х8	Х9
2011	163,16	7207	16837	2649	2170,2	0,7	35,78
2012	175,71	8175	17946	2491	2877,4	0,8	35,78
2013	179,57	4509	19773	2856	2491,9	0,8	35,78
2014	130,57	847	15144	2457	2222,4	0,7	36,26
2015	90,49	-369	21246	2271	1626,4	0,6	36,50
2016	93,31	3967	26065	2233	1245,9	0,5	35,72
2017	112,13	3918	26276	2283	1267,1	0,4	37,62
2018	130,93	4576	27330	2107	1247,6	0,5	38,50
2019	154,69	5833	26885	2099	1242,6	0,5	37,40

Складено автором за даними [74]

За допомогою сервісу АНАЛІЗ ДАНИХ знайдемо коефіцієнти цих факторів, які ми підставимо в рівняння регресії і коефіцієнт детермінації.

Таблиця 3.5

Регресійна статистика за даними

Множинний R	0,954802
R-квадрат	0,911647
Нормований R-квадрат	0,646588
Стандартна помилка спостереження	20,02361
	9

За отриманими даними видно, що коефіцієнт детермінації дорівнює 0,912. Відповідно, між ними є сильний зв'язок, тобто рівняння регресії пояснюється на 91,2% даними факторами та 8,8% не враховано моделлю.

Власне рівняння матиме такий вигляд:

$$Y = -706,47 + 0,0073X_1 - 0,000135X_3 + 0,0443X_4 + -0,0165X_7 + 210,542X_8 + 16,691X_9$$

Засобами регресійного аналізу обчислюємо F-критерій значущості регресії для рівняння в цілому і порівнюємо його з відповідним критичним значенням. Розрахункове значення $F = 3,44$, а табличне – 3,58. Оскільки розрахункове значення F майже дорівнює табличному, можна зробити висновок, що отримане рівняння є задовільною моделлю для передбачення.

На цьому етапі можна застосувати отриману модель для прогнозування. Оскільки вибірка тимчасова, то здійснимо прогноз за допомогою трендової моделі (модель зміни показника у часі). Для того, щоб перевірити точність моделі, проведемо прогноз за попередні роки і порівняємо їх з фактичними даними.

Таблиця 3.6

Модель оцінки впливу інноваційних чинників на обсяги ВВП України, за 2011-2019 роки

Роки	Прогноз	ВВП, млрд. дол. США	ПП, млн. дол. США	Заявки на торгівель ні марки резиденті в	Заявки на патентки тезиденті в	Обсяг експорту високоте хнологіч них товарів, млн. дол. США	Витрати на НДДКР, % від ВВП	Глобальний індекс інноваційно сті
		У	Х1	Х3	Х4	Х7	Х8	Х9
2011	169,81	163,16	7207	16837	2649	2170,2	0,7	35,78
2012	179,09	175,71	8175	17946	2491	2877,4	0,8	35,78
2013	174,63	179,57	4509	19773	2856	2491,9	0,8	35,78
2014	122,28	130,57	847	15144	2457	2222,4	0,7	36,26
2015	97,15	90,49	-369	21246	2271	1626,4	0,6	36,5
2016	98,68	93,31	3967	26065	2233	1245,9	0,5	35,72
2017	110,82	112,13	3918	26276	2283	1267,1	0,4	37,62
2018	143,75	130,93	4576	27330	2107	1247,6	0,5	38,5
2019	134,35	154,69	5833	26885	2099	1242,6	0,5	37,4
2020	103,47		3099,64	29633,92	1989,39	819,12	0,39	38,08
2021	96,82		2860,39	31171,77	1910,69	618,69	0,34	38,37
Середнє значення за 2011-2019		136,73	4295,89	21944,67	2382,89	1821,28	0,61	36,59
Коефіцієнт еластичності			0,23	-0,02	0,77	-0,22	0,94	4,47

*Складено автором за даними [74]

Порівняльне відображення прогнозних даних розрахованих за моделлю з фактичними показниками ВВП за 2011-2019 роки представимо на рис. 3.2.

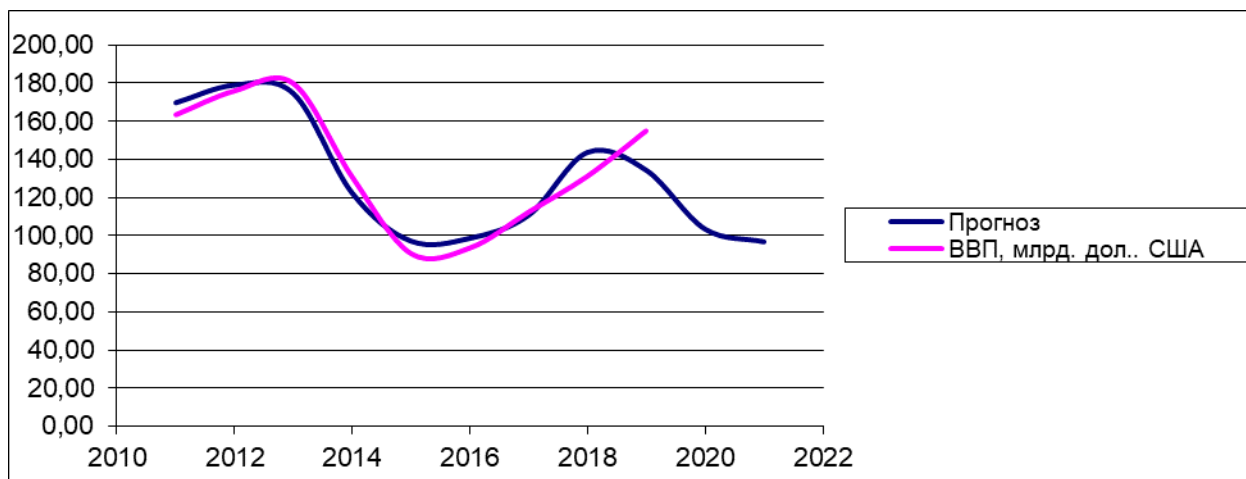


Рис. 3.2. Порівняння прогнозних даних розрахованих за моделлю з фактичними показниками ВВП за 2011-2019 роки

*Складено автором за даними [74] та із використанням функцій Excel для побудови прогнозних значень

Як видно, отримані дані слабо відрізняються від фактичних, отже, рівнянню можна довіряти. Однак з цього графіка можна зробити висновок про хвилеподібні коливання інвестицій у акціонерний капітал, що в подальшому може нам знадобитися для прогнозування за допомогою хвиль Кондратьєва.

Розрахувавши коефіцієнти еластичності, можна побачити, що найбільший вплив мають фактори глобального індексу інноваційності та витрати на НДДКР, % від ВВП. Таким чином, з метою збільшення ВВП можна рекомендувати збільшувати витрати на НДДКР, % від ВВП.

3.3. Діяльність українського бізнесу в глобальному економічному просторі

Для компаній важливо не тільки виробляти високоякісну продукцію, але і надавати її споживачам з найвищим економічним ефектом. Як результат, компанія завжди шукає найбільш прибутковий ринок збуту. Одним з них є закордонний ринок.

Для прийняття стратегічно правильних рішень щодо виходу на закордонні ринки компанії повинні шукати добре роз'яснені та прораховані альтернативи. Приведемо реальні приклади з українськими компаніями. Розглянемо стратегію української компанії «Roshen» при виході на європейський ринок.

Так, компанія ПрАТ «Рошен» почала виходити на закордонний ринок переважно через закордонних дистриб'юторів та постачальників. Проте станом на початок 2006 р. до корпорації «Рошен» увійшла Клайпедська кондитерська фабрика (Литва), що стала першим заводом корпорації на території ЄС і має спеціалізацію на виробництві продукції із карамелі [76].

У 2012 р. ПрАТ «Рошен» уклало угоду про стратегічну співпрацю з найпотужнішою кондитерською корпорацією Угорщини – «Bonbonetti Group», викупивши контрольний пакет акцій фабрики «Bonbonetti Choco Kft.» [76]. Вкладаючи інвестиції, компанія зберегла назву відомого європейського бренду і, отже, зберегла свою прихильність серед власних споживачів.

В останні роки дочірня компанія Рошен у Литві відкрила офіси в Польщі, Болгарії, Румунії та Греції. Зокрема, Roshen LT має дочірні компанії в Roshen Bulgaria, Польщі Roshen Europe, Румунії Roshen One та Греції Roshen Hellas [54]. Дане розширення вказує на те, що компанія «Рошен» сьогодні використовує інтегровану стратегію на додаток до своєї експортної стратегії.

Тому, на наш погляд, варто погодитись із авторами І. І. Каліною та К. А. Коченко, що на сучасному етапі стратегія «Roshen» з просування продукції на зовнішні ринки більше нагадує змішану стратегію, оскільки має елементи багатонаціональної [36].

Розглянемо додатково стратегію Миронівського хлібопродукту. ПрАТ "Миронівський хлібопродукт" є найбільшим виробником курятини на ринку України. Займається також виробництвом зернових, соняшникової олії, продуктів м'ясопереробки тощо.

На європейський ринок МХП поставляє охолоджені напівтуші курей, які переробляються, в тому числі, на його підприємствах в Нідерландах і Словаччині.

В 2016 році "Миронівський хлібопродукт" запустив завод з переробки м'яса птиці в Нідерландах, інвестиції в проект склали \$ 3,5 млн. Компанія заявляла про плани наростити переробку на підприємстві до 10 тис. Тонн на місяць.

У 2017 році МХП вів переговори про придбання з французьким виробником курей Doux Group. 9 березня 2018 року Агрохолдинг подав документ про відновлення групи Doux до Французької комісії з реструктуризації промисловості (Comité interministériel derestructuration industrielle). За оцінками МХП, інвестиції, необхідні для реабілітації групи, становлять 150 мільйонів євро, а щонайменше 70 мільйонів євро мають бути відшкодовані за допомогою державних субсидій [78].

Крім того, МХП заявила, що готова змінити свою стратегію. Зокрема, припинити виробництво заморожених продуктів на експорт і замінити їх свіжими продуктами для французького ринку. На той час було практично неможливо слідувати стратегії визначення бажаного товару для бажаного ринку. У той же час МХП продовжував дотримуватися стратегії максимально диверсифікованих експортних продажів.

У 2018 році агрохолдинг «Миронівський хлібопродукт» співпрацював з європейським дистриб'ютором для створення м'ясокомбінату у Словаччині. Загальні інвестиції в переробний завод склали 3 мільйони доларів. Після створення заводу МХП змогло забезпечити європейських споживачів упакованими продуктами, а не лише товарною продукцією. Крім того, зазначена угода дозволила агрохолдингу поглибити вертикальну інтеграцію, слідувати експортній стратегії.

Наступний приклад для розгляду – «Метінвест» – міжнародна вертикально-інтегрована металургійна компанія. В її структуру входять вугільні, коксохімічні, гірничодобувні, металургійні та прокатні підприємства на території України, ЄС і США.

"Метінвест" - один з найбільших виробників товстого листа в Європі. І ми продовжимо розвивати додаткові сервіси для клієнтів в цьому сегменті. Йдеться про більш гнучкі умови з доставки товару, його підготовки, щоб клієнт міг збільшити частку листа в своєму портфелі [75].

У 2017 р. Метінвест оновив свою технологічну стратегію до 2030 року. Ця стратегія передбачає розвиток власних активів Групи для поліпшення якості продукції та зменшення витрат.

До групи "Метінвест", крім українських компаній, входять чотири європейських прокатних заводи та вугільна шахта United Coal Company у США. Метінвест планує подальший розвиток компанії в Європі. Це дозволить зберегти свої позиції на локальному ринку. Оскільки концентрат коксового вугілля є стратегічним джерелом Групи, Метінвест продовжить інвестувати в розвиток United Coal Company для підвищення власної фінансової стійкості.

Щодо угод злиття та поглинання (M&A), Метінвест застосовує обережний підхід до придбання активів, збільшуючи пропозицію ключової сировини та потенціал для придбання активів, які можуть поєднувати використання залізної руди та напівфабрикатів для збільшення портфеля продажів. У 2018 році група придбала 24,99% акцій Покровського шахтного управління та Свято-Варваринської збагачувальної фабрики. Вони являють собою найбільший в Україні видобувний та збагачувальний комплекси. Таким чином, Метінвест забезпечив довгострокове постачання високоякісного коксового вугілля.

Тому компанія планує перейти від стратегії збільшення експорту у ЄС до стратегії збільшення пропозиції високорентабельної продукції. Зокрема, маються на увазі різні види прокату, такі як гаряча прокатка, холодна прокатка та цинкування. Група компаній продовжить органічне зростання присутності на європейському ринку, а також пошук можливостей щодо злиття і поглинанням, зокрема, гарячекатаного, холоднокатаного і оцинкованого рулонних прокатів.

Іншим прикладом, який слід розглянути, є ПАТ «Оболонь». Це єдина українська пивоварня, яка є однією з 40 найбільших пивоварних заводів у світі та одним з лідерів на українському ринку пива. Загалом на підприємстві працює близько 7,5 тис. осіб [77]. На сайті ПАТ "Оболонь" визначено основні цілі діяльності у вигляді місії та мети. До них відносяться: розширення ринку збуту, збільшення прибутку та повне задоволення потреб споживачів. Стратегія ПАТ "Оболонь" має на меті зберегти лідируючі позиції на ринку пива та

безалкогольних напоїв, реагуючи на запити та очікування споживачів, враховуючи аспекти запобігання забрудненню довкілля, захист навколишнього середовища та інтереси зацікавлених сторін. Невід'ємною частиною стратегії є постійне вдосконалення систем управління, що відповідають вимогам міжнародних стандартів та правильне прогнозування ринкових тенденцій. Виходячи з цього, ми дійшли висновку, що корпоративна стратегія ПАТ «Оболонь» є стратегією розвитку та експортна стратегія.

Можливість співпраці між українськими компаніями та європейським ринком, принаймні в обмін на операції збору мита. Існує міф, що лише великі компанії можуть виходити на європейський ринок, а малі та середні компанії там нічого не можуть зробити. Проте це не так. Повчальним та успішним прикладом тут можуть служити наші швейні компанії. Для багатьох торгових марок, наприклад Gussі, швейні роботи використовуються в Індії та Індонезії. І зараз подібне виробництво буде запускатися в Харкові.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження зробимо наступні висновки.

1.Світове господарство являє собою сукупність національних господарств, що знаходяться в постійній динаміці, що володіють зростаючими взаємозв'язками і взаємовпливом, в результаті чого складається цілісна світова економічна система і досягається більший ефект світового розвитку.

2.Стратегія зовнішньоекономічної діяльності являє собою концепцію поведінки компанії на зовнішньому ринку. Ця концепція повинна бути заснована на чітко сформульованих цілях, визначених можливостях не тільки самого підприємства, а й зарубіжного ринку, виявлених можливих ризиків і ймовірності досягнення успіху. Всі ці фактори визначаються завдяки оціночним механізмам, який повинен задовольнити всі потреби стратегії.

3.В цілому, зовнішньоекономічна діяльність підприємства є одним з найважливіших чинників розвитку народного господарства та економічної стабілізації країни. Саме тому її розробці слід приділяти достатньо уваги і ресурсів.

Розвиток процесів глобалізації в сучасному світі змушує компанії дивитися на міжнародний ринок, як на майбутнє поле своєї діяльності. Успіху на міжнародному ринку можна домогтися, використовуючи стратегії адаптації до кожного національного ринку.

Найбільш прогресивним підходом до проникнення на міжнародний ринок можна назвати такий підхід, коли при збереженні загальної тенденції просування, загальних характеристик товару компанія виробник модифікує свою продукцію під кожен національний ринок з урахуванням місцевих особливостей. Досягти ефекту від такої стратегії можна, наймаючи працівників для розробки адаптаційних змін в товарі, методі просування або розподілу з країн, де буде здійснюватися збут продукції. Цим співробітникам можна надати право самостійно розробляти і реалізовувати стратегії маркетингу на локальних ринках.

Такий підхід поєднує в собі ефективність стандартизації та надає їй гнучкість, що дозволяє швидко відповісти змінами в продукті і способах його просування до споживача у відповідь на зміну запитів ринку.

4. Починаючи з 2018 року, порушення сформованих виробничо-збутових ланцюжків в зв'язку з торговельною війною між Китаєм і США негативно впливають на динаміку промислового виробництва і споживчої активності (Особливо в Китаї та інших азіатських країнах).

У IV кварталі 2019 року тенденція до охолодження економічної активності призупинилася внаслідок зміни економічних настроїв в очікуванні укладення торговельної угоди США і Китаю і синхронного пом'якшення грошово-кредитної політики в ряді країн у другій половині 2019 року. На початку 2020 року США і Китай погодили умови першої частини торгової угоди, що передбачає в тому числі відмова від введення нових тарифів і додаткові покупки Китаєм американських товарів для згладжування дисбалансу в торгівлі.

5. Для того, щоб країни змогли отримати найбільший позитивний ефект від зростання глобальної економіки, в якості одного з основних стратегічних пріоритетів їм необхідно визначити зростання внутрішніх і іноземних інвестицій. З метою забезпечення активізації ПІІ в регіоні необхідно реалізовувати заходи стимулювання інвестицій, а не спрощення процедур інвестування. Існує безліч прикладів, коли в регіонах формуються сприятливі умови для інвестування, але істотного приросту капітальних вкладень в них так і не відбулося, оскільки не були впроваджені механізми стимулювання інвестицій.

Отже, забезпечення зворотного процесу перенесення виробництв з регіонів з дешевою робочою силою і скорочення ланцюжків доданої вартості, що формуються ТНК, займе тривалий час в результаті неготовності багатьох країн до ресурсного переозброєння обробної промисловості. В даний час ТНК розвинених країн в умовах конкуренції з країнами, що розвиваються, зниження загального потоку міжнародного руху капіталу і одержуваних доходів від діяльності зарубіжних філій переносять свою діяльність ближче до материнської компанії і йдуть з зарубіжних ринків. Країни, що розвиваються, особливо Китай, нарощують

державний капіталізм, особливо у фінансовій сфері, паралельно залучаючи іноземні компанії, але прагнучи придбати права на інтелектуальну власність і створити робочі місця для свого населення.

6. Критичною проблемою, пов'язаною з цифровізацією, є зайнятість. Авторами хоч і робиться акцент на те, що заміна базових галузей новими інформаційними технологіями, біотехнологіями і іншими технологіями, по суті, неможлива, і зростання продуктивності можливе тільки завдяки автоматизації промисловості, але тенденції зниження зайнятості в результаті зростання продуктивності і ролі нематеріальних активів у створенні цінності вже чітко простежуються на прикладі технологічних ТНК.

7. Таким чином, роль інновацій в досягненні конкурентоспроможності українських компаній на міжнародній арені полягає в тому, що вони надають підприємствам можливості домогтися технологічного домінування на ринку і забезпечити перемогу в конкурентній боротьбі. Проте ключовою проблемою для України залишається проблема активізації інвестиційної діяльності, перш за все в матеріальне виробництво, яке визначає розвиток всієї економіки. Залучаючи інвестиції в виробництво, необхідно враховувати, в які сфери економіки вони направляються. Найбільші переваги отримують господарюючі суб'єкти, які вкладають кошти в розвиток технологій, причому в ті, віддача від яких не змусить себе чекати. Традиційно інновації пов'язують, перш за все, зі сферою матеріального виробництва, проте, нововведення виникають і втілюються і в невиробничій сфері: в медицині, освіті і ряді інших галузей, які не виробляють матеріальний продукт.

Швидкість та рівень залученості України у світове господарство у 2021-2022 рр. буде залежати від:

- від тривалості та глибини карантинних заходів внаслідок COVID-19;
- від зовнішньої кон'юнктури, включаючи динаміку відновлення основних торгових партнерів України;
- від підтримки заходами фіскальної і монетарної політики державних структур щодо підтримки бізнесу тощо.

Характер відновлення буде залежати, насамперед, від існуючого режиму «адаптивного карантину», а також подальших заходів його ослаблення або посилення.

За всіма прогнозами аналітиків, для української економіки очікується V-подібний сценарій відновлення в 2021 році.

Однак дані МВФ свідчать, що відновлення української економіки після кризи може затягнутися до 2024 року. У Національному банку додають, що темпи відновлення економіки будуть стримуватися низьким споживчим та інвестиційним попитом.

У 2021-2022 рр. економіка країни буде зростати завдяки монетарним і фіскальним стимулам і посилення зовнішнього попиту, а головним драйвером економічного зростання буде приватне споживання. Однак інвестиційна компонента ВВП буде істотно відставати від споживчої.

ДОДАТКИ

Додаток А

**Приклад розподілу географічної структури прямих китайських інвестицій в
2005-2019 рр.. [146]**

Країна	Накопичені		Надходження									
	2019		2019		2018		2017		2012		2005	
	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%	млрд. дол.	%
Гонконг	981,27	59,23	91,15	57,58	114,23	58,22	89,80	61,63	38,50	55,96	3,42	27,90
Кайманові острови Вірджинські острови	249,70	15,07	-6,61	-4,17	13,12,2952	6,89	10,21	7,01	3,50	5,08	5,16	42,09
США	122,06	7,37	19,30	12,19	12,29	6,26	1,85	1,27	6,12	8,90	1,23	10,03
Сінгапур	67,38	4,07	6,42	4,06	16,98	8,65	8,02	5,50	1,31	1,90	0,23	1,89
Австралія	44,57	2,69	6,31	3,99	3,17	1,62	10,45	7,17	1,12	1,63	0,02	0,17
Англія	36,18	2,18	4,24	2,68	4,19	2,14	3,40	2,33	1,70	2,47	0,19	1,57
Нідерланди	18,53	1,12	0,00	0,00	1,17	0,60	13,46	9,24	0,06	0,09	-	-
Люксембург	13,94	0,84	1,35	0,85	1,60	0,82	-11,45	-7,86	3,21	4,66	-	-
Росія	13,87	0,84	1,55	0,98	1,29	0,66	2,96	2,03	0,57	0,83	0,20	1,63
Німеччина	12,16	0,73	2,72	1,72	2,38	1,21	0,41	0,28	0,41	0,60	0,13	1,05
Канада	10,94	0,66	0,00	0,00	2,87	1,46	1,56	1,07	1,14	1,66	-	-
Індонезія	10,54	0,64	1,68	1,06	1,46	0,74	1,45	1,00	0,20	0,29	0,01	0,10
Інші	55,35	3,34	28,11	17,76	19,57	9,97	11,72	8,05	10,63	15,46	1,64	13,37
Всього	1656,80	100,00	158,29	100,00	196,20	100,00	145,70	100,00	68,80	100,00	12,26	100,00

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдашева С., Курдин А. Задачи торговых политик частных компаний как инструмента регулирования и развития конкуренции: мировой опыт и попытка прогноза. Экономическая политика. 2013. № 5. С. 106-126.
2. Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения: учебник. М.: Юрист, 1999. 368 с.
3. Акаев А., Коротаев А. К прогнозированию глобальной экономической динамики ближайших лет. Экономическая политика. 2017. № 1. С. 8-39.
4. Алексеев, И.С. Внешнеэкономическая деятельность. М.: Дашков и К°, 2010. 302 с.
5. Аликперов И.М. Актуальные проблемы мировой экономики: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Экономика». Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2012. 209 с.
6. Ансоф И. Новая корпоративная стратегия. Пер. с англ. [Текст] Спб.: Питер, 1999. 416 с.
7. Архипов А. Ю. Внешнеэкономическая деятельность российских регионов: учебное пособие Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. 189 с.
8. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия: монография. Харьков: ИД «Инжэк», 2003. 184 с.
9. Бабкин А. В. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы: монография. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. 807 с.
10. Бабкина Н. И. Этапы и особенности стратегического управления развитием промышленного предприятия. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2013. №1. С. 73-81.
11. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В.В. Управління проектами: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 231 с.

12. Бизнес-портал delo.ua Почему аграрии выбирают импортную поддержку. URL: <https://delo.ua/business/top-200-agrokompanij-pochemu-agrarii-vybirajut-importnuju-poderz-310256/>

13. Боронина Л. Н. Основы управления проектами: учеб. пособие. М-во образования и науки рос. Федерации, урал. федер. ун-т. - Екатеринбург: узд-во урал. ун-та, 2015. 112 с.

14. Булатов А., Квашнин Ю., Ребрей С., Сенюк Н., Татулов К. Международное движение капитала: тенденции и перспективы. Мировая экономика и международные отношения. 2018. № 8. С. 16-25.

15. Вабаев В. Ю., Чернорук А.А. . Диверсификация как инструмент управления развитием предприятия. Экономика и управление. 2010. №4. С. 29-34.

16. Васюткина Н. В. Теоретические аспекты понимания категории «развитие предприятия». Проблемы економіки. 2014. №2. С. 236-242.

17. Ващенко Н. В. Обґрунтування концепції управління розвитком підприємства. Академічний огляд. 2014. № 1. С. 94-102.

18. Верба В. А., Гребешкова О.М. Управління розвитком компанії: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2017. 482 с.

19. Виханский О. С. Стратегическое управление [Текст]: учебник [для студ. высш. уч. зав.]. М.: Гардарики, 2012. 296 с.

20. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: Учеб. Для вузов. Под ред проф. Л.Е.Стровского. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 1999. 823 с.

21. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для вузов. Ред. Л.Е. Стровский, С.К. Казанцев, А.Б. Неткачева и др.; под ред. Л.Е. Стровского. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити, 2013. 503 с.

22. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / [авт. Л.Е. Стровский и др.]; под ред. Л.Е. Стровского. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2011. 503 с.

23. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник, под ред. Е.Ф. Прокушева. 8-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012 . 527 с.

24. Глазьев С.м Ю. О задачах структурной политики в условиях глобальных технологических сдвигов Экономическая наука современной России. 2007. № 3 (38). С. 49-61. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/o-zadachah-strukturnoy-politiki-v-usloviyah-globalnyh-tehnologicheskikh-sdvigov-chast-1>.
25. Горемыкин В. А. Стратегия развития предприятия: учеб. пособие. 2-е изд., испр. М.: Дашкои Ко, 2004. 594 с.
26. Грозовский Б. Игра с нулевой суммой: почему у программы Трампа мало шансов на успех. РБК. URL: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/24/01/2017/588755289a7947d42845332e>.
27. Гужва Е.Г. Мировая экономика: учебное пособие / Е.Г. Гужва, М.И. Лесная, А.В. Кондратьев, А.Н. Егоров; СПбГАСУ. СПб., 2009. 116 с.
28. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління. Навч. посіб. 2-ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 440 с.
29. Доклад о мировых инвестициях 2017. Инвестиции и цифровая экономика. Основные тенденции и общий обзор. Unctad.org. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_overview_ru.pdf.
30. Дульзон А.А. Управление проектами: учеб. Пособие. Нац. исслед. том. политехн. ун-т. 3-е изд., перераб. и доп. Томск: изд-во том. политехн. ун-та, 2010. 334 с.
31. Жиронкин С.А., Гасанов М.А., Колотов К.А. Возможно ли в России неоиндустриальное импортозамещение. Эко. 2018. № 5 (527). С. 139-157.
32. Зайцев А. А. Межстрановые различия в производительности труда: роль капитала, уровня технологий и природной ренты // Вопросы экономики. 2016. № 9. С. 67-93.
33. Зими́на А.А. Управление развитием предприятия как относительно самостоятельный комплекс стратегического менеджмента. «Ученые заметки ТОГУ». 2014. Том 5. № 4. С. 950-954.
34. Зими́на А.А. Управление развитием предприятия: учеб. пособие / Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2014. 174 с.

35. Золин П. М. Менеджмент международной торговли в стратегии национальных экономик. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2010. 18(75). С.12-21.

36. Каліна І. І., Коченко К. А. Формування стратегії розвитку бренда міжнародної компанії у сфері харчової промисловості. Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. 2014. Вип. 38. С. 118–128.

37. Квасницкий В. Истоки эволюционной экономики. URL: https://www.hse.ru/data/785/944/1224/Publ15_Busygin.doc (дата обращения: 18.12.2020).

38. Квинт В. Л. Стратегическое управление и экономика на глобальном формирующемся рынке. М. : Бизнес-Атлас. 2012.

39. Клейнер Г.Б. Исследовательские перспективы и горизонты системной экономики. Управленческие науки. 2015. № 4. С. 7-21.

40. Клинов В. Сдвиги в мировой экономике в XXI веке: проблемы и перспективы развития. Вопросы экономики. 2017. № 7. С. 114-127.

41. Клычѳв Т. Ю. Перспективы развития транснациональных корпораций на мировом рынке. Российское предпринимательство. 2014. № 13.

42. Кондратьев В. Новый этап глобализации: особенности и перспективы. Мировая экономика и международные отношения. 2018. № 6. С. 5-17. URL: 10.20542/0131-2227-2018-62-6-5-17 .

43. Костин К. Б., Губа М. Н. Эволюция мирового хозяйства: качественные изменения в ретроспективе. Проблемы современной экономики. 2018. №3. С. 106-109.

44. Кочергина Т. Е. Мировая экономика: учебник, изд. 2-е, доп. и перераб. Ростов н/Д: Феникс, 2008. 267 с.

45. Краснов Ю. К. Учебное пособие. Юридическое сопровождение международных проектов. Моск. гос. ин-т междунар. отношений (у-нт) МИД России. М.: МГИМО-Университет, 2017. 161 с.

46. Крылова Е. М. Транснациональные корпорации: современные черты и направления развития. Актуальные исследования. 2020. №13 (16). С. 54-56. URL: <https://apni.ru/article/1015-transnatsionalnie-korporatsii-sovremennie>
47. Кузнецов А. В. Интернационализация российской экономики: инвестиционный аспект. М. : КомКнига, 2007. 260 с.
48. Кухарская Н.А. Формирование стратегии управления развитием предприятия. Сборник статей научно-информационного центра «Знание» по материалам VIII междунар. заочной научно-практической конференции «Развитие науки в XXI веке», г. Харьков: сб. статей (уровень стандарта, академический уровень). Д.: НИЦ «Знание», 2015. С. 51-58.
49. Лебедев Д.С. Методика формирования экспортной стратегии промышленных предприятий: Учеб. Пособие. Науч. ред. проф. Л.Б. Парфенова. Яросл. гос. ун-т. Ярославль, 2002. 104 с.
50. Лукас Р.Э. Лекции по экономическому росту. М.: Издательство Института Гайдара, 2013. 288 с.
51. Маврина, И. Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие. Екатеринбург: УрФУ, 2014. 132 с.
52. Мазур И.И. Управление проектами. М.: Экономика, 2003. 245 с.
53. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Управление проектами: Учебное пособие. 2-е изд. М.: Омега-Л, 2004. 664 с.
54. Малі «транснаціональні»: як українські компанії підкорюють Європу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2649692-mali-transnacionalni-ak-ukrainski-kompaniipidkoruut-evropu.html>.
55. Маршалл А. Основы экономической науки. М.: Эксмо, 2007. С. 36.
56. Масловский В. П. Управление проектами. Версия 1.0. Конспект лекций. Красноярск: ИПК СФУ, 2008. 215 с.
57. Медведев А. Г. Международный менеджмент: стратегические решения в многонациональных компаниях: учебник. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2014. 496 с.

58. Международный маркетинг-менеджмент: курс лекций с пакетом учебно-методической поддержки: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Мировая экономика». Под общ. ред. В.И. Черенкова. 2-е изд., перераб. Ростов-наДону : Феникс, 2007. 606 с.
59. Международный менеджмент. Под ред. Пивоварова С.Э., Тарасевича Л.С., Майзеля А.И. СПб: Питер, 2001. 576 с.
60. Международный менеджмент. Учебник для вузов. Под ред. С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарасевича, А.И. Майзеля. СПб: Питер, 2000. 624 с.
61. Международный менеджмент: учебник для бакалавров. Под ред. Е.П. Темнышовой. М.: Издательство Юрайт, 2015. 456 с.
62. Международный менеджмент: учебное пособие. Сост. Е.В. Пирогова. Ульяновск: УлГТУ, 2016. 202 с.
63. Мескон М. Основы менеджмента. М.: Дело, 1994. 702 с.
64. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебное пособие. Ред. А.Р. Таймасов под ред., З.М. Муратова, К.Н. Юсупов. Москва : КноРус, 2015. 287 с.
65. Михайлушкин А. И., Шимко П. Д. Экономика транснациональной компании: Учеб. пособие для вузов. М.: Высш. шк., 2005. 334 с.
66. Мовсесян А.Г. Мировая экономика: учебник. М.: Финансы и статистика, 2001. 656 с.
67. Могилат А. Прямые иностранные инвестиции в реальный сектор российской экономики: взгляд с микроуровня и прогноз до 2017 года. Вопросы экономики. 2015. № 6. С. 5-21.
68. Мурдашова, Минеева, Индекс вовлеченности в международную торговлю и оценка экономики России с данной позиции. Экономика и Социум. 2016. №5(24). С. 290-294.
69. Мухаммед А. Место и роль транснациональных корпораций в современной мировой экономике. Молодой учёный. 2017. № 11. С. 67-80.

70. Нами Ф. Факторы, влияющие на развитие внешнеэкономической деятельности предприятий. ИдаТен. Интернет-журнал. URL: <https://idaten.ru/economic/factori-vliyaushie-navneshneeconimicheskoi-deyatelnosti>
71. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами: Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 432 с.
72. Официальный сайт Forbes. URL: https://forbes.kz/leader/rejting_krupneyshih_tehnologicheskikh_kompaniy_mira_2018.
73. Официальный сайт Всемирной торговой организации. URL: <https://www.wto.org>
74. Официальный сайт ЮНКТАД. URL: <http://unctad.org>
75. Офіційний сайт Групи «Метінвестхолдінг». URL: <https://metinvestholding.com/>
76. Офіційний сайт кондитерської корпорації «Roshen». URL: www.roshen.com.
77. Офіційний сайт Корпорації «Оболонь». URL: <http://www.obolon.ua>
78. Офіційний сайт Миронівський хлібопродукт. URL: www.mhp.com.ua
79. Платформа для агробізнесу «Пропозиція». URL: <http://propozitsiya.com/rinok-traktoriv-v-ukrayini-0>
80. Покровская В.В. Внешнеэкономическая деятельность: учебник. М.: Экономистъ, 2009. 671 с.
81. Полковников А.В. Управление проектами. М.Ф. Дубовик. М.: Эксмо, 2011. 528 с.
82. Пономарева Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. М.: ЮНИ-ТИ-ДАНА, 2012. 287 с.
83. Попов Ю.И. Управление проектами: учеб. пособие для слушателей образовательных учреждений. М.: Инфра-М, 2010. 208 с.
84. Портал hubs.ua. URL: <http://hubs.ua/news/ukrainskij-rynok-agrotehnikiv-vy-rastet-do-20-v-2017-godu-ekspert-101876.html>

85. Прийма Л. Р. Развитие предприятия: сущность понятия. Научный вестник НЛТУ Украины. 2012. Вып. 22.10. С. 236-241. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2012_22.
86. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие для вузов. 7-е изд., испр. и доп. М.: Дашков и К°, 2010. 499 с.
87. Раджабова З.К. Мировая экономика: учебник. 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 2006. 336 с.
88. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: [монографія]. Х.: ВД «інжек», 2006. 496 с.
89. Россохина В. Величайшие провалы в истории маркетинга. Федер. агентство по печати и массовым коммуникациям. URL: <https://www.likeni.ru/analytics/velichayshie-provaly-v-istorii-marketinga/>
90. Сабадириова А. Л., Бабій О. М., Куклінова Т. В., Салавеліс Д. Є. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, ротапринт, 2013. 343 с.
91. Самуляк В. Ю. Оцінювання рівня розвитку підприємств. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». Львів: Вид-во Львівська політехніка. 2008. № 633. С. 627-636.
92. Сейфуллаева М. Э. Международный менеджмент: учебное пособие. 2-е изд., стер. М. : КНОРУС, 2016. 232 с.
93. Сидоренко А. В. Теоретические и методические основы управления развитием экспортного потенциала российских промышленных предприятий. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 7/79. С. 80-86.
94. Стратегический менеджмент. Под ред. Петрова А. Н. СПб.: Питер, 2015. 496 с.
95. Тедеева А. В. Стратегические характеристики прямых иностранных инвестиций. Экономика и управление. 2017. № 9 (143). С. 60-69.

96. Теоретические аспекты понимания категории «развитие предприятия». Проблеми економіки. 2014. № 2. С. 236-242. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2014_2_34

97. Токаева С. К., Журавлёва В. В. Современные тенденции развития транснациональных корпораций. Научные известия. 2016. № 5.

98. Толкачев С.А. Промышленная политика в эпоху цифровой трансформации экономики: монография. Москва: КНОРУС, 2018. 204 с.

99. Управление проектами: учеб. Пособие. Ред. В.И. Денисенко [и др.]; под ред. д-ра техн. наук, проф. В.И. Денисенко, д-ра экон. наук, проф. Н.М. Филимоновой; Владим. гос. ун-т им. А.Г. и Н.Г. Столетовых. Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. 108 с.

100. Управление проектами: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации». Ред. И.И. Мазур. 5-е изд., перераб. М.: Омега-Л, 2009. 960 с.

101. Управление проектами: фундаментальный курс [Текст]: учебник. Ред. А.В. Алешин, В.М. Аньшин, К.А. Багратиони и др.; под ред. В. М. Аньшина, О.Н. Ильиной; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. 620 с.

102. Фунтов В.Н. Основы управления проектами в компании: учеб. пособие по дисциплине, специализации, специальности «Менеджмент организации». Спб.: Питер, 2011. 394 с.

103. Цветков В.А. Корпоративный бизнес: теория и практика. СПб.: Нестор-История, 2011. 340 с.

104. Чупир О.М. Основні елементи процесу стратегічного управління розвитком підприємства з урахуванням потенціалу підприємства та мінливих факторів макро- та мікро- середовища. Науковий вісник будівництва. 2009. Вип. 53. С. 286-294.

105. Швиданенко Г.О. Розвиток підприємства: стратегічні наміри, ризики та ефективність: колективна монографія. К.: КНЕУ. 2015 231 с.

106. Шишков Ю. Россия в глобализируемой системе международных хозяйственных связей. Российский экономический журнал. 1998. № 9. С. 79-90.

107. Энциклопедический словарь, 2009. URL: <http://niv.ru/doc/dictionary/encyclopedic/articles/1695/evolyucionnaya-teoriya-v-ekonomike.htm> (дата обращения: 18.12.2020).

108. Эрроу К. Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов. Thesis. Весна. 1993. Т.1. Вып.2. С. 53-68.

109. 5 Steps to Developing an International Strategic Plan for Your Food Business. Ami. Online Magazine. 06.09.2016. URL: <http://athenaintl.com/blog/5-steps-developing-international-strategic-plan-foodbusiness/> (date of the application: 25.12.2020).

110. 8 Steps for Putting Together a Successful International Strategy Velocity Global: ref. and inf. portal. 17.19.2017 URL: <https://velocityglobal.com/blog/8-steps-putting-together-international-strategy/>

111. Arnold G. Corporate Financial Management 5th Edition. Pearson, 2012. 1112 p.

112. Atkinson R., Stewart L.A. The economic benefits of information and communication technology. Itif.org. URL: <http://www2.itif.org/2013-tech-economy-memo.pdf>.

113. Bekes G., Murakozy B. The Ladder of Internationalization Modes: Evidence from European Firms. CEPR Discussion Paper N. DP12639. 2018:38.

114. Bhattacharya A., Khanna D., Schweizer C., Bijapurkar A. The New Globalization: Going Beyond the Rhetoric. Bcg.com. URL: <https://www.bcg.com/publications/2017/new-globalization-going-beyond-rhetoric.aspx>

115. Blomstrom M. R. Lipsey and M. Zegan. What explains developing country growth? NBER Working Paper. National Bureau for Economic Research, Cambridge, Massachusetts. 1994; 4132.

116. Borensztein E., Gregorio J., Lee J. W. How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth? Journal of International Economics. 1998; 45:p. 115-135.

117. Commons J. Institutional Economics. American Economic Review. 1931. Vol.21. №4. P. 652.

118. Digital Globalization: The New Era of Global Flows. McKinsey Global Institute. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital>.

119. Economic report of the president. Gpo.gov. URL: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/ERP-2017/pdf/ERP-2017.pdf>.

120. Eden L. Multinationals and foreign investment policies in a digital world. E15Initiative, International Centre for Trade and Sustainable Development and World Economic Forum. URL: <http://e15initiative.org/wp-content/uploads/2015/09/E15-Investment-Eden-Final.pdf>.

121. Eggertsson T. Knowledge and the theory of institutional change. Journal of Institutional Economics. 2009. Vol.5 (2). P. 137-150.

122. Forbes Global 2020. The World Largest Public Companies. Retrieved July 5, 2020 URL: <https://www.forbes.com/global2000/#4864a1ba335d>.

123. Global E-Commerce Trends and Statistics [2017-2018]. URL: <https://amasty.com/blog/global-e-commerce-trends-and-statistics-2017-2018/>

124. Global investment trends monitor no 31. Unctad.org. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaeiainf2019d1_en.pdf.

125. Global Investment Trends Monitor: Global FDI Flows Slip in 2016, Modest Recovery Expected in 2017. United Nations UNCTAD. N 25. 1 February 2017. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webdiaeia2017d1_en.pdf

126. Hosseini H. An economic theory of FDI: A behavioral economics and historical approach. The Journal of Socio-Economics. 2005; 34:530-531.

127. International Business Strategy Do's and Don'ts. Velocity Global: ref. and inf. portal. 04.02.2016 URL: <https://velocityglobal.com/blog/international-business-strategy-dos-and-donts/>

128. Korinek A. Regulating Capital Flows to Emerging Markets: An Externality View. NBER Working Paper N. w24152. 2017, 28 Dec:50.

129. Krugman P. Fire-Sale FDI. Chapter. URL: <http://www.nber.org/chapters/c6164>.
130. Krugman P. International economics: theory & policy.. 9th ed. Addison Wesley (Pearson), 2012. 736 p.
131. Kvint V. L. Strategy for the Global Market: Theory and Practical Applications. London-New-York: Routledge, 2015. 548 p.
132. Lynch R. How do you build a global strategy? Global Strategy Online Magazine. 24.05.08. URL: <http://www.globalstrategy.net/how-do-you-build-a-global-strategy/>
133. Markgraf B. The 5 General Stages of International Market Development Chron. Online Magazine. 26.11.2017 URL: <http://smallbusiness.chron.com/5-general-stages-international-marketdevelopment-67777.html> (date of the application: 30.12.2020).
134. Productivity and ULC by main economic activity (ISIC Rev.4). Stats.oecd.org. URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=PDBI_I4.
135. Rushkoff D. Throwing Rocks at the Google Bus: How Growth Became the Enemy of Prosperity. New York: Portfolio Penguin, 2016. 278 p.
136. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. Geneva: The World Economic Forum. Weforum. URL: <https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>.
137. Smarzynska B. Spillovers from Foreign Direct Investment through Backward Linkages: Does Technology Gap Matter? Mimeo, World Bank. 2002.
138. The development of an international business strategy: International Market & Investment Surveyors. DeRuiter Consultancy. Publishing office: DeRuiter Consultancy BV, 2008. 12 p.
139. The retreat of the global company. The Economist. URL: <https://www.economist.com/briefing/2017/01/28/the-retreat-of-the-global-company>.
140. Transnational corporationsin. vestment and development. United Nations. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaeia2018d3_en.pdf.

141. Varghese J. 5 Stages of international market development. Trade ready. Online Magazine. 06.02.2015. URL: <http://www.tradeready.ca/2015/fittskills-refresher/5-stages-international-marketdevelopment/>

142. World investment report 2015. reforming international investment governance. New York and Geneva. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf.

143. World investment report 2017. investment and the digital economy. Unctad. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_en.pdf.

144. World investment report 2018. investment and new industrial policies. Unctad.org. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf.

145. World Payments Report 2017 Capgemini. URL: https://www.capgemini.com/fr-fr/wp-content/uploads/sites/2/2017/10/world-payments-report-2017_year-end_final_web-002.pdf

146. Worldwide Retail and Ecommerce Sales: eMarketer's Updated Forecast and New Mcommerce Estimates for 2016-2021. URL: <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Updated-Forecast-New-Mcommerce-Estimates-20162021/2002182>

147. Zekiri J. The motivating factors for entering into foreign markets-the case of republic of Macedonia // V Ecoforum Macedonia (Tetovo, 12-15 of March 2016): SEE University, Macedonia. Volume 5, Issue 1(8). P. 182–191.