

Міністерство освіти і науки України
НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Інститут економіки
Факультет менеджменту

Кафедра прикладної економіки та підприємництва

Опорний конспект лекцій дисципліни
Міжнародні стратегії економічного розвитку

галузь знань: 07 Управління та адміністрування
спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
інститут, факультет: Навчально-науковий інститут економіки
Факультет менеджменту

Дніпро
2017

Опорний конспект лекцій та методичні вказівки до самостійного опанування дисципліни «Міжнародні стратегії економічного розвитку» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Дніпро: НТУ «ДП», 29 серпня 2017 року – 55 с.

Упорядник:

В.А. Шаповал, канд. екон. наук.

Затверджено на засіданні кафедри прикладної економіки та підприємництва
(№1 від 30 серпня 2017 р.).

Завідувач кафедри *прикладної економіки та підприємництва*

«30» серпня 2017 року _____ (проф. Вагонова О.Г.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

	Стор.
1. Зміст дисципліни та цілі лекційних модулів.....	4
2. Рекомендована література.....	5
3. Опорний конспект для опанування лекційних модулів.....	8
<i>Тема 1. Стратегія економічного розвитку суспільства: основні поняття та концепції</i>	8
<i>Тема 2. Середовище формування міжнародних стратегій економічного розвитку</i>	17
<i>Тема 3. Особливості стратегій економічного розвитку країн світу</i>	37
<i>Тема 4. Міжнародний бізнес як суб'єкт міжнародного економічного розвитку.</i>	42
<i>Тема 5. Стратегії розвитку міжнародного бізнесу компанії</i>	46
<i>Тема 6. Стратегії формування міжнародних бізнес-мереж</i>	51
4. Запитання для перевірки знань.....	55

1. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ТА ЦІЛІ НАВЧАЛЬНИХ МОДУЛІВ

Мета: набуття компетентностей стосовно аналізу міжнародних стратегій економічного розвитку країн та розробки стратегій міжнародного бізнесу підприємств.

Предмет: методичні засади планування міжнародного бізнесу підприємств з урахуванням змісту стратегій економічного розвитку країн.

Основні завдання дисципліни: опанування теоретичних засад стратегічного планування економічного розвитку країн світу; вивчення методології обґрунтування стратегій міжнародного бізнесу підприємств; набуття практичних навичок з аналізу та розробки стратегій розвитку підприємств.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- теорії економічного розвитку країн та світу в цілому;
- структуру та принципи функціонування світового господарства та світового ринку;
- види стратегій економічного розвитку держав в різні історичні періоди;
- особливості організаційних форм ведення міжнародного бізнесу;
- алгоритм та методи розробки стратегії міжнародного бізнесу компаній;
- потенціал та ризики формування міжнародних бізнесових мереж.

вміти:

- оцінювати рівень економічного росту та визначати перспективи розвитку країни;
- аналізувати тенденції розвитку світового господарства та світового ринку;
- визначати структуру і послідовність розробки бізнес-проекту в певній сфері бізнесу;
- аналізувати та прогнозувати економічні стратегії країн світу та їх об'єднань;
- досліджувати чинники, що визначають привабливість інтернаціоналізації бізнесу;
- розробляти стратегії міжнародної експансії національних компаній;
- визначати доцільність формування власної або інтеграції компанії до існуючих міжнародних бізнес-мереж.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Стратегія економічного розвитку суспільства: основні поняття та концепції. Економічний розвиток суспільства. Ідентифікація стратегічних цілей та стратегій. Особливості реалізації стратегічних рішень.

Тема 2. Середовище формування міжнародних стратегій економічного розвитку. Світовий ринок. Світове господарство. Інтеграційні процеси світового господарства.

Тема 3. Особливості стратегій економічного розвитку країн світу. Економічні стратегії країн. Стратегії макрорегіональних інтеграційних об'єднань. Стратегії економічного розвитку України

Тема 4. Міжнародний бізнес як суб'єкт міжнародного економічного розвитку. Привабливість започаткування та ведення міжнародного бізнесу. Основні етапи розвитку міжнародного бізнесу

Тема 5. Стратегії розвитку міжнародного бізнесу компаній. Стратегії розвитку міжнародного бізнесу компаній. Перехід національної компанії до статусу міжнародної

Тема 6. Стратегії формування міжнародних бізнес-мереж. Міжнародні стратегічні альянси. Транснаціональні корпорації. Глобальні компанії.

2. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Міжнародні стратегії економічного розвитку: навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / [Ю. Г. Козак, В. В. Ковалевський, Н. С. Логвінова та ін.]; За редакцією Ю. Г. Козака, В. В. Ковалевського, І. В. Ліганенко: – [2-ге вид.]– К.: Центр учбової літератури, 2009. – 356 с.
2. Міжнародні стратегії економічного розвитку: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / За ред. А.О. Задой. - К., 2007. - 332 с.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. Підручник. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: КНЕУ, 2004. - 699 с.
4. Дикань В. Л. Стратегічне управління [текст] : навч. посіб./ В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, І. В. Токмакова, О. В. Шраменко – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.
5. Основы экономической теории : учеб. пособие / Ю. Е. Петруня, А. А. Задоя. - 5-е изд., перераб. и доп. - К. : Знання, 2011. - 360 с.
6. Лановик Б. Д. Економічна історія [Текст] : Курс лекцій / Б. Д. Лановик, М. В. Лазарович. - К. : Вікар, 2001. - 334 с. - (Серія "Вища освіта ХХІ століття")
7. Макроэкономика : учебник / А. А. Задоя, Ю. Е. Петруня. - 3-е изд., перераб. и доп. - К. : Знання, 2008. - 381 с. - (Высш. образование ХХІ в.).
8. Глобалізація і перспективи розвитку постсоціалістичних країн : пер. с пол. / Гжегож В. Колодко ; Под общ.рук. О.М. Палій . – Київ : Основні цінності, 2002 . – 245 с.
9. Вашків О.П. Галузева структура національної економіки України та постіндустріальна економіка (2016). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.researchgate.net/publication/315733008>
10. Schwab Klaus. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond (Четверта промислова революція: що це означає, як відповісти) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
11. Романенко О. Сім ідей для України від нобелівського лауреата Вернона Л.Сміта [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://dt.ua/macrolevel/sim-idey-dlya-ukrayini-vid-nobelivskogo-laureata-vernona-l-smita-247132_.html

Допоміжна

12. Гладій І.Й. Регіоналізація світового ринку: євроінтеграційний аспект: Монографія// Гладій І.Й. / Економічна думка, 2006 – С.554
13. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011
14. Угода між Україною та Європейським Співтовариством про наукове і технологічне співробітництво [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_194
15. Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/en/124_052-16
16. Дугінець Г. В. Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі (ЗВТ+) між Україною та ЄС: реалії і перспективи / Г. В. Дугінець, В. В. Тронько // Економічний часопис-ХХІ. - 2015. - № 155. - С. 10-13. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2015_155_3.
17. Гудим К. Транснаціоналізація як чинник глобалізації // Вісник КНТЕУ. - 2014. - № 4. - С.33-44.
18. Прохорова М.Е. Особливості та тенденції розвитку процесів транснаціоналізації в ХХІ столітті // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2015. – № 2. – С. 88-98.

19. Михайлишин Л.І. Транснаціоналізація світової економіки: інноваційний аспект: монографія / Л.І. Михайлишин. – Вінниця: ДонНУ, 2016. – 314 с.
20. Скавронська І.В., Мадараш О.В. Місце і роль ТНК у розвитку національних економік // Молодий вчений. – 2016. - № 4 (31). - С. 197-200.
21. Пенська І.О. Особливості впливу ТНК на економічний розвиток України // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки. ISSN 1028-7507 № 3 (80) 2015. - С. 114-123
22. Лега Н.Ю. Процеси транснаціоналізації як засіб залучення іноземних інвестицій // Молодий вчений. - 2016. - № 3 (30). - С. 119-122.
23. Юхименко П. І., Гацька Л. П., Півторак М. В. та ін. Міжнародний менеджмент. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
24. Михайлова Л.І., Юрченко О.Ю., Данько Ю.І., Михайлов А.М. Міжнародний менеджмент: Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007 — 200 с.
25. Фролова Т.О. Розвиток корпоративних стратегій в глобальному інвестиційному середовищі. – Ареф. дис. доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». – Київ, 2012.
26. Левківський В. М. Злиття та поглинання в стратегії зарубіжної експансії ТНК // Науковий вісник Полісся № 2 (6), 2016 С. 9-15.
27. Вергун В.А., Ступницький О.І. Сучасні інноваційні стратегії ТНК і синергетичний ефект «технологізації» // Міжнародні відносини серія "Економічні науки". - 2014. - №3. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2310
28. Біленький, О. Ю. Аналіз конкурентних стратегій ТНК в умовах глобалізації економічної діяльності [Текст] / Олексій Юрійович Біленький // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. – Том 21. – № 2. – С. 36-41.
29. Ігнатюк А. Конкурентні стратегії компаній на глобальних галузевих ринках // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2014. – №1 (28) [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2014_28_2/zb28_2_04.pdf
30. Тарас Вервега: «Українці – нація підприємців, що здатні створювати глобальні компанії» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.business.ua/lyudi/taras_vervega_ukra_nts_nats_ua_p_dpri_mts_v_shcho_zdatn_stvoryuvati_globaln_kompan_-351051/
31. Підгурська І.А. Стратегічні орієнтири формування міжнародних альянсів українських підприємств // Науковий вісник Ужгородського університету 2011. Серія Економіка. Випуск 2 (34). – С. 197-202.
32. Козаченко Г.В., Шульженко Л.Є. Стратегічні альянси: дуальний характер // Теоретичні та прикладні питання економіки. Випуск 27, Т.1 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2012_27_1/Zb27_1_07.pdf
33. Фролова Т. Корпоративні стратегії глобального інвестиційного бізнесу // Міжнародна економічна політика. 2012. № 1—2 (16—17) [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ierjournal.com/journals/16-17/2012_5_TETYANA_FROLOVA.pdf
34. Мартиненко В. Ф. Формування стратегічних альянсів: сучасні тенденції глобалізації процесу інвестування виробництва // Теорія та практика державного управління. – Вип. 3 (22). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2008-3/doc/3/01.pdf>
35. Загарій В. Міжнародні стратегічні альянси: тенденції та перспективи розвитку в Україні // Український інформаційний простір. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/2_1/48-Zaharii.pdf

Інформаційні ресурси

1. Інформаційні та звітні дані акціонерних товариств, представлені на сайті Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України (<https://smida.gov.ua/>).
2. Інформаційні та аналітичні матеріали Кабінету Міністрів України (<https://www.kmu.gov.ua/>)
3. Інформаційні та аналітичні матеріали Європейської бізнес асоціації (<https://eba.com.ua/>).
4. Ресурси Національної бібліотеки ім. В.І. Вернадського (www.nbuv.gov.ua).
5. Навчальні посібники, довідники бібліотеки ДВНЗ "НГУ".
6. Податковий кодекс України, інші нормативні документи сайту Верховної ради України (<http://rada.gov.ua/>).
7. Матеріали Державної служби статистики України (www.ukrstat.gov.ua), в тому числі його регіональних відділень.
8. Матеріали Статистичної служби Європейського союзу (<http://ec.europa.eu/eurostat>).
9. Інформаційні та аналітичні матеріали Світового банку в Україні (<http://www.worldbank.org/uk/country/ukraine>)
10. Матеріали Міжнародного валютного фонду (<http://www.imf.org/external/index.htm>)

ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ ЛЕКЦІЙНИХ МОДУЛІВ


Тема 1. Стратегія економічного розвитку суспільства: основні поняття та концепції

Економічний розвиток суспільства. Ідентифікація стратегічних цілей та стратегій. Особливості реалізації стратегічних рішень.



Економічний розвиток

- **Соціально-економічний розвиток** – процес безупинної зміни матеріального базису виробництва а також усієї сукупності різноманітних відносин між економічними суб'єктами, соціальними групами населення.
- **Соціально-економічний розвиток** – складний суперечливий процес, у якому взаємодіють позитивні і негативні фактори, а періоди прогресу змінюються періодами регресу.
- **В основі розвитку** – НТП, ресурси, суспільні цінності.
- **Економічне зростання** пов'язане з кількісною зміною обсягів виробництва і споживання



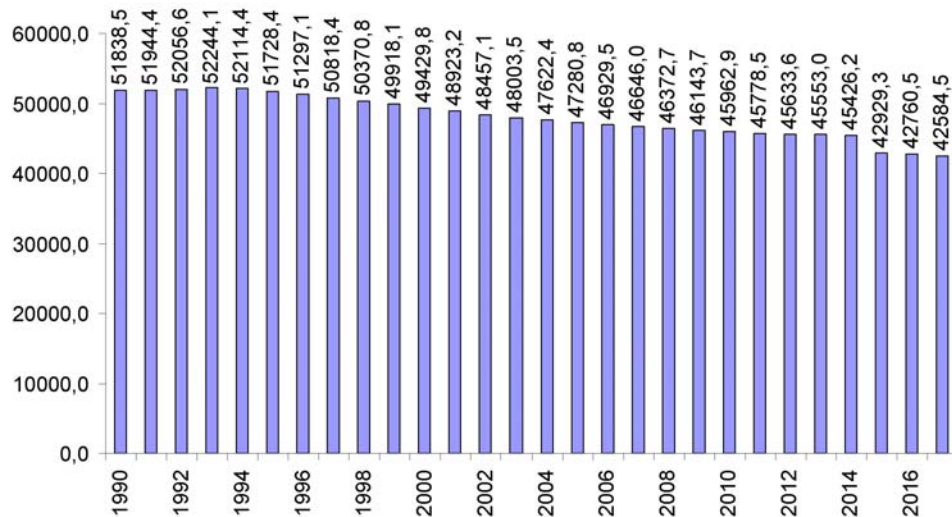
Складові економічного зростання

- **екстенсивна** (збільшується кількість залучених у процес виробництва ресурсів)
- **інтенсивна** (зростає віддача або ефективність використання ресурсів).

● ● ● | Виробничі ресурси

- *трудові фактори*
- *запаси корисних копалин, земля*
- *виробничі фонди*
- *інноваційні ресурси*
- *ресурси управління (менеджменту)*

● ● ● | Чисельність населення України, тис осіб





Групи факторів економічного зростання

А) екстенсивні фактори зростання –

- збільшення чисельності зайнятих;
- збільшення фізичного обсягу капіталу.

Б) інтенсивні фактори зростання –

- технологічний прогрес;
- рівень освіти та професійної підготовки кадрів;
- економія за рахунок зростання масштабу виробництва;
- покращання розподілу ресурсів;
- законодавчі, інституційні та інші фактори.



Джерела економічного зростання (приріст обсягу виробництва)

- приріст праці;
- приріст капіталу;
- технічні нововведення.

В економічно розвинутих країнах зростання продуктивності праці забезпечується на 70-80% за рахунок технічного прогресу.

Найважливіші проблеми економічного зростання є:

- відшукання джерел зростання;
- забезпечення довготривалої сталості;
- темпи оновлення та структура національного господарства;
- економічні наслідки технічного прогресу;



Основні показники розвитку

- Номінальний ВВП – це обсяг виробництва, який вимірюється в поточних цінах, тобто в цінах, що існують на момент виробництва.
- Реальний ВВП – це обсяг виробництва, який вимірюється в сталих (незмінних, базових) цінах, тобто на величину цього показника впливає лише зміна обсягів виробництва:
- Національний дохід — це сукупність усіх доходів в економіці домашніх господарств і підприємців незалежно від того, де вони використовують ресурси — у своїй країні чи за межами своєї країни.



Темпи розвитку

- *Високі*: 7-8% за період
- *Нормальні* : 4-6%
- *Помірні*: 2-3%
- *Низькі*: – близько 1%
- *Нульові* темпи означають, що обсяг ВВП не змінився в порівнянні з базисним роком.
- Якщо виробництво ВВП скорочується, то показник темпів приросту буде *негативним*.



Динаміка ВВП України 2002 - 2016 рр.

	Номінальний ВВП (в млн.грн.)			ВВП (в млн.USD)		
2002	225810			42393		
2003	267344	+41534	+18.4%	50133	+7740	+18.3%
2004	345113	+77769	+29.1%	64883	+14750	+29.4%
2005	441452	+96339	+27.9%	86142	+21259	+32.8%
2006	544153	+102701	+23.3%	107753	+21611	+25.1%
2007	720731	+176578	+32.5%	142719	+34966	+32.5%
2008	948056	+227325	+31.5%	179992	+37273	+26.1%
2009	913345	-34711	-3.7%	117228	-62765	-34.9%
2010	1082569	+169224	+18.5%	136419	+19192	+16.4%
2011	1316600	+234031	+21.6%	163160	+26740	+19.6%
2012	1408889	+92289	+7.0%	175781	+12622	+7.7%
2013	1454931	+46042	+3.3%	183310	+7529	+4.3%
2014	1566728	+111797	+7.7%	131805	-51505	-28.1%
2015	1979458	+412730	+26.3%	90615	-41190	-31.3%
2016	2383182	+403724	+20.4%	93270	+2655	+2.9%



ВВП України на душу населення 2002 - 2016 рр.

	Номінальний ВВП (в грн.) на душу населення			ВВП (в USD) на душу населення			Населення (тис. осіб) *
2002	4681,9			879,0			48230.3
2003	5591,5	+909.5	+19.4%	1048,5	+169.6	+19.3%	47813.0
2004	7272,9	+1681.5	+30.1%	1367,4	+318.8	+30.4%	47451.6
2005	9371,6	+2098.7	+28.9%	1828,7	+461.4	+33.7%	47105.2
2006	11630,2	+2258.6	+24.1%	2303,0	+474.3	+25.9%	46787.8
2007	15496,5	+3866.2	+33.2%	3068,6	+765.6	+33.2%	46509.4
2008	20494,9	+4998.4	+32.3%	3891,0	+822.4	+26.8%	46258.2
2009	19832,3	-662.5	-3.2%	2545,5	-1345.6	-34.6%	46053.3
2010	23600,4	+3768.1	+19.0%	2974,0	+428.5	+16.8%	45870.7
2011	28813,9	+5213.4	+22.1%	3570,8	+596.8	+20.1%	45693.3
2012	30912,5	+2098.6	+7.3%	3856,8	+286.1	+8.0%	45576.7
2013	31988,7	+1076.2	+3.5%	4030,3	+173.5	+4.5%	45482.7
2014	35834,0	+3845.3	+12.0%	3014,6	-1015.7	-25.2%	43721.8
2015	46210,2	+10376.1	+29.0%	2115,4	-899.2	-29.8%	42836.0
2016	55853,5	+9643.3	+20.9%	2185,9	+70.5	+3.3%	42668.4



Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт

	Всього, у фактичних цінах	У тому числі				Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП
		фундаментальні дослідження	прикладні дослідження	розробки	науково-технічні послуги	
	млн.грн.					%
1996	1111,7	140,6	321,6	606,9	42,6	1,36
1997	1263,4	188,5	309,2	693,7	72,0	1,35
1998	1269,0	205,5	297,5	682,8	83,2	1,24
1999	1578,2	220,5	330,4	918,6	108,7	1,21
2000	1978,4	266,6	436,7	1106,3	168,8	1,16
2001	2275,0	353,3	304,9	1317,2	299,6	1,11
2002	2496,8	424,9	343,6	1386,6	341,7	1,11
2003	3319,8	491,2	429,8	1900,2	498,6	1,24
2004	4112,4	629,7	573,7	2214,0	695,0	1,19
2005	4818,6	902,1	708,9	2406,9	800,7	1,09
2006	5354,6	1141,0	841,5	2741,6	630,5	0,98
2007	6700,7	1504,0	1132,6	3303,1	761,0	0,93
2008	8538,9	1927,4	1545,7	4088,2	977,7	0,90
2009	8653,7	1916,6	1412,0	4215,9	1109,2	0,95
2010	9867,1	2188,4	1617,1	5037,0	1024,6	0,90
2011	10349,9	2205,8	1866,7	4985,9	1291,5	0,79
2012	11252,7	2621,9	2057,7	5369,9	1203,2	0,80
2013	11781,1	2695,5	2087,8	5772,8	1225,1	0,80
2014 ¹	10950,7	2475,2	1910,2	5341,5	1223,8	0,69
2015 ¹	12611,0	2465,6	2271,3	6523,0	1351,1	0,64



Впровадження інновацій на промислових підприємствах

	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації. %	Впроваджено нових технологічних процесів, процесів	у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції ¹ , найменувань	з них нові види техніки	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2000	14,8	1403	430	15323	631	9,4
2001	14,3	1421	469	19484	610	6,8
2002	14,6	1142	430	22847	520	7,0
2003	11,5	1482	606	7416	710	5,6
2004	10,0	1727	645	3978	769	5,8
2005	8,2	1808	690	3152	657	6,5
2006	10,0	1145	424	2408	786	6,7
2007	11,5	1419	634	2526	881	6,7
2008	10,8	1647	680	2446	758	5,9
2009	10,7	1893	753	2685	641	4,8
2010	11,5	2043	479	2408	663	3,8
2011	12,8	2510	517	3238	897	3,8
2012	13,6	2188	554	3403	942	3,3
2013	13,6	1576	502	3138	809	3,3
2014 ²	12,1	1743	447	3661	1314	2,5
2015 ²	15,2	1217	458	3136	966	1,4
2016 ^{2,3}	16,6	3489	748	4139	1305	...



Індекс людського розвитку

Індекс людського розвитку (ІЛР) — інтегральний показник, що розраховується щорічно для міждержавного порівняння і вимірювання рівня життя, грамотності, освіченості і довголіття, як основних характеристик людського потенціалу досліджуваної території. Він є стандартним інструментом при загальному порівнянні рівня життя різних країн і регіонів.

При підрахунку ІЛР враховуються 3 види показників:

- **Очікувана тривалість життя** — оцінює довголіття.
- **Рівень грамотності населення країни** (середня кількість років, витрачених на навчання) та **очікувана тривалість навчання**.
- **Рівень життя**, оцінений через ВНД на душу населення за паритетом купівельної спроможності (ПКС) в доларах США.



Індекс людського розвитку

Країна	Значення ІЛР	Рейтинг за ІЛР	Очікувана тривалість життя	Очікувана кількість років навчання	ВНД на душу населення за ПКС
Польща	0,855	36	77,6	16,4	24,117
Росія	0,804	49	70,3	15,0	23,286
Білорусь	0,796	52	71,5	15,7	15,629
Грузія	0,769	70	75,0	13,9	8,856
Туреччина	0,767	71	75,5	14,6	18,705
Україна	0,743	84	71,1	15,3	7,361
Вірменія	0,743	84	74,9	12,7	8,189
Молдова	0,699	107	71,7	11,8	5,026
Європа, Центральна Азія	0,756	—	72,6	13,9	12,862

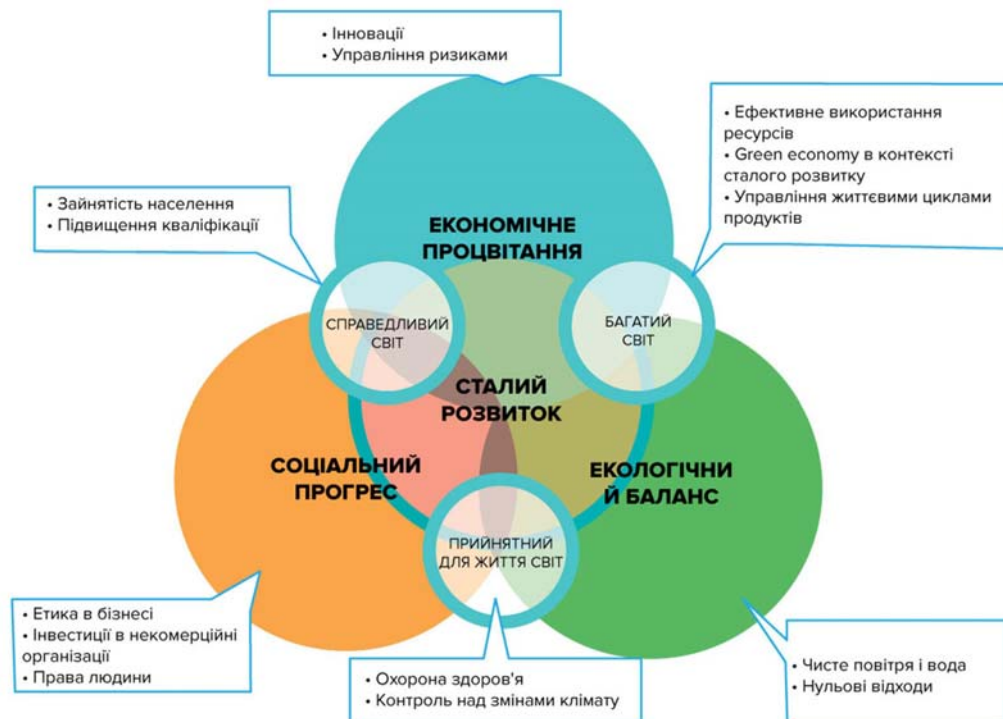
Протиріччя економічного зростання

Аргументи проти зростання:

- Забруднення навколишнього середовища.
- Чи вирішує економічний ріст усі проблеми? (нерівність у доходах є проблемою розподілу, а не виробництва);
- Відсутність гарантій. Працівники будь-якого рівня побоюються, що накопичені ними професійні навички і досвід можуть виявитися застарілими з ростом технічного прогресу;
- Економічний ріст і людські цінності. Критики економічного росту також висувують цілий ряд аргументів на користь того, що, хоча економічний ріст забезпечує нам "засоби до життя", він не може забезпечити нам "гарне життя".

Захист економічного росту як важливої суспільної мети:

- Рівень життя. Економічний ріст пом'якшує протиріччя між необмеженими потребами й обмеженими ресурсами.
- Економічний ріст і навколишнє середовище. Забруднення є не стільки побічним продуктом економічного росту, скільки результатом неправильного ціноутворення.
- Нерівність доходів. Економічний ріст – це єдиний реальний спосіб досягти справедливого розподілу доходів у нашому суспільстві.
- Позаекономічні фактори. Захисники економічного росту стверджують, що його уповільнення чи припинення не зробить автоматично сприятливого впливу на людські цінності і не забезпечить людям "пристойне життя". Насправді варто очікувати зворотного. Інакше кажучи, саме високий рівень життя, забезпечуваний економічним ростом, і дає можливість усе більшій кількості людей витратити час на освіту, творчість і самореалізацію.



Фактори економічного зростання

При побудові моделей економічного зростання користуються лінійною регресією. За базу даних беруться перехресні вибірки для різних країн світу.

Так, наприклад, Р. Левін і Д. Рене (1992р.) та Р. Баро і Й.-Х. Лі (1994р.) за результатами проведеного емпіричного дослідження вказують на такі **фактори зростання** :

- **початковий рівень доходу на душу населення** (чим нижчим він є, тим більше можливостей для зростання з використанням вже існуючих у світі технологій та форм організації виробництва);
- **середній темп приросту населення** (коли темпи приросту населення дуже високі, то менша величина середнього доходу на душу населення);
- **частка робочої сили, яка має середню та вищу освіту** (характеризує якісний склад трудових ресурсів);
- **частка інвестицій у ВВП** (тісний прямий кореляційний зв'язок);
- **очікувана середня тривалість життя людини** (характеризує якісний склад трудових ресурсів);
- **частка державних витрат у ВВП** (без витрат на оборону та освіту);
- **різні показники соціальної і політичної нестабільності** (наприклад, кількість збройних конфліктів);
- **нерівність у розподілі доходів.**

Тема 2. Середовище формування міжнародних стратегій економічного розвитку

Світовий ринок. Світове господарство. Інтеграційні процеси світового господарства.



Середовище формування міжнародних стратегій економічного розвитку

1. Світовий ринок та світове господарство.
2. Інтеграційні процеси світового господарства.

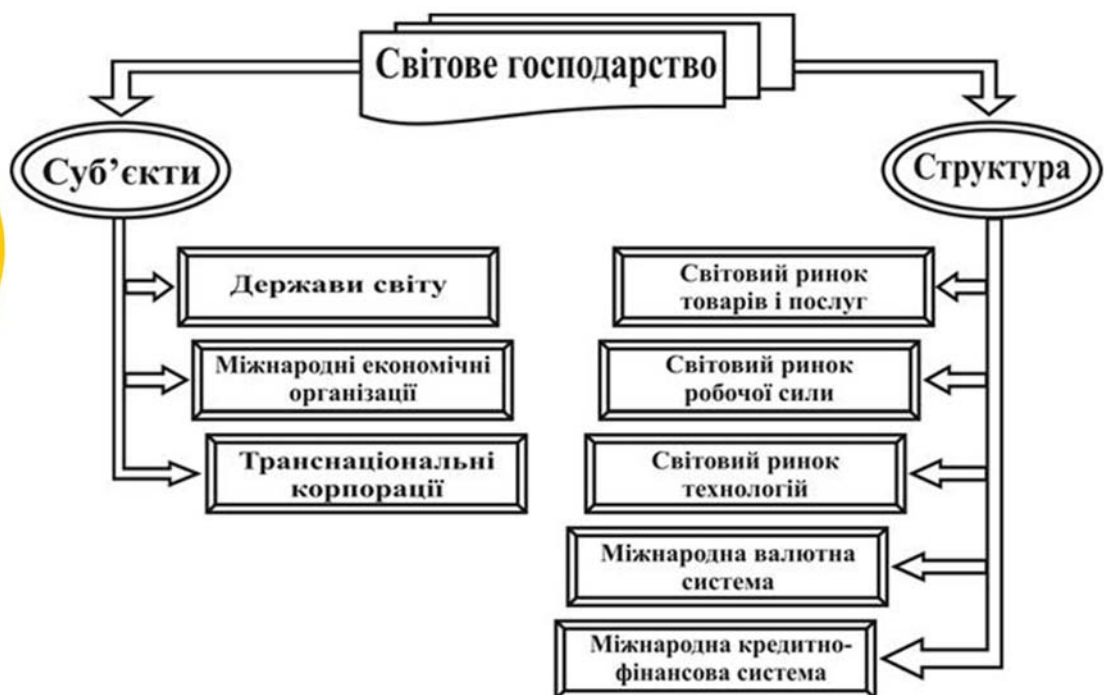


Світовий ринок

- *Світовий ринок* - форма організації економічних відносин продажу і купівлі товарів між державами, юридичними і фізичними особами країн світу, що регулюються економічними законами, а також міждержавними угодами та наддержавними міжнародними організаціями.
- *Світовий ринок* - товарно-грошові відносини між країнами з різним рівнем соціально-економічного розвитку, що пов'язані між собою участю в міжнародному поділі праці та спеціалізацією виробництва.

Світове господарство

- **Світове господарство** – це сукупність національних господарств (економік) країн світу, поєднаних між собою товарообміном і мобільними факторами виробництва.





Міжнародні організації. Приклади

- Світова організація торгівлі (СОТ),
- Організація країн-експортерів нафти (ОПЕК),
- Північноамериканська угода про вільну торгівлю (НАФТА).
- Європейський Союз (ЕС), Співдружність Незалежних Держав (СНД)
- Міжнародний Валютний Фонд (МВФ).
- Європейський банк реконструкції та розвитку
- Міжнародне агентство з атомної енергії (МАГАТЕ)
- Міжнародна організація праці (МОП)
- Організація з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ)
- Світова організація інтелектуальної власності (World Intellectual Property Organization)
- Європейська асоціація вугілля та лігніту (EURACOAL)

до Групи Світового банку входять:

- *Міжнародний банк реконструкції та розвитку(МБРР)*
- *Міжнародна асоціація розвитку*
- Міжнародна фінансова корпорація
- Багатостороння агенція з гарантій інвестицій
- Міжнародний центр з урегулювання інвестиційних спорів.



Чинники розвитку

- Природні ресурси
- Трудові ресурси
- Фінансовий капітал
- Інтелектуальний капітал



Розподіл факторів виробництва світового господарства та стратегії країн

- **концентрація капіталу, високих технологій, висококваліфікованої робочої сили, наукового потенціалу в економічно розвинутих країнах**

Поширені стратегії

- інноваційне лідерство, сталий розвиток;
- завоювання нових товарних і фінансових ринків.



Розподіл факторів виробництва світового господарства та стратегії країн

- **спирання на природні ресурси та дешеву, некваліфіковану робочу силу в найменш розвинутих країнах**

Типові стратегії:

- Експорт сировини та напівфабрикатів
⇒ імпорт продукції
⇒ (?) реструктуризація економіки
- Відкриття виробництв в країнах з дешевою робочою силою
⇒ імпорт продукції
⇒ (?) (пост)індустріалізація економіки, диверсифікація



Динаміка процесів у світовій економіці – чинники економічних стратегій

- Еволюція цивілізаційних стадій економічного розвитку
- Інтернаціоналізація господарства
- Науково-технічний прогрес
- Світова економічна інтеграція
- Глобалізація економічного розвитку



Еволюція цивілізаційних стадій економічного розвитку

Типи економічного розвитку

- аграрний (доіндустріальний)
- індустріальний
- постіндустріальний (інформаційний).

Загальним критерієм віднесення країни до того чи іншого типу слугує показник - **частка сільського господарства, промисловості й послуг у галузевій структурі народного господарства.**

Цей показник розраховується двома способами:

- 1) як частка вартості виробленої продукції чи послуг у ВВП;
- 2) як частка зайнятих у галузі відносно усіх зайнятих у народному господарстві.

Трисекторна структура ВВП країн «Великої сімки» та України у 2012 та 2015 рр.

Країна	Сільське господарство		Промисловість		Сектор послуг	
	2012	2015	2012	2015	2012	2015
Україна	9,5	13,3	31,4	24,4	59,1	62,7
Країни «Великої сімки» G7						
Великобританія	0,7	0,6	20,8	19,7	78,5	79,6
Італія	2,0	2,2	24,2	23,6	73,8	74,2
Канада	1,7	1,6	28,5	28,9	69,8	70,5
Німеччина	0,8	0,7	30,5	30,2	68,6	69,1
США	1,1	1,6	19,2	20,8	79,7	77,6
Франція	2,0	1,7	18,8	19,3	79,2	79,0
Японія	1,1	1,2	26,1	26,6	72,8	72,2
Середнє значення для країн G7	1,3	1,4	24,0	22,7	74,6	74,6

The World Factbook. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>.

ТОП 10 найбільш розвинених країн Європи в галузі сільського господарства

1. Румунія. Частка сільського господарства у ВВП країни: 6,4%
2. Болгарія: 6,7%
3. Боснія і Герцеговина: 8,45%
4. Білорусь: 9,2%
5. Сербія: 9,66%
6. Чорногорія: 10,1%
7. Македонія: 10,2%
8. **Україна: 10,43%**
9. Молдова : 13,8%
10. Албанія: 21,83%

- Україна на 8 місці у рейтингу найрозвинутіших аграрних країн.
<https://agropolit.com/news/172-ukrayina-na-8-mistsi-u-reytingu-nayrozvinutishih-agrarnih-krajin>
- Казанський Д. Аграрна країна більше не вирок 23 червня 2017 <http://tyzhden.ua/World/195230>

Світовий ВВП - 2016

<https://www.olza.com.ua/statistics/57>

МВФ опублікував дослідження щодо глобальних економічних змін у найближчій і середньостроковій перспективі. Зростання світової економіки: 2016р. - 3,1%; 2017р. - 3,5%; 2018р. - 3,6%

- **Первинний сектор економіки 1** (сільське господарство, лісове господарство, рибальство та видобуток) займає третю сходинку у структурі світового ВВП - 5,9% та найбільш притаманний для країн із слабкою економікою, маючи для них суттєве значення. За даними 2016р. лідерство у первинному секторі економіки тримає **Нігерія** з 17,8% ВВП даного сектору.
- **Вторинний сектор економіки 2** (переробна промисловість та будівництво) займає другу сходинку у структурі світового ВВП - 30,5% та характерний для країн із розвинутою економікою. Саме цей сектор створює основний ВВП, завдяки якому розвивається оборона, охорона здоров'я, освіта та інші галузі, що призвані для покращення життя суспільства. Але цей сектор споживає найбільшу кількість енергії та найбільш забруднює навколишнє середовище. За даними 2016р. лідерство у вторинному секторі економіки тримає **Саудівська Аравія** з 66,9% ВВП даного сектору.
- **Третинний сектор економіки 3** (послуги) є флагманом розвитку економіки з 63,6% світового ВВП та властивий для розвинених країн, де люди пропонують свій час, знання і потенціал для підвищення ефективності, продуктивності та стійкості розвитку економіки.
- Останнім часом серед світових економістів ведуться гарячі дискусії стосовно відокремлення четвертинного сектора економіки, до якого б необхідно віднести найбільш інтелектуальні послуги: наукові дослідження, інформаційні технології та консультації для бізнесу. За даними 2016р. лідерство у третинному секторі економіки тримає **Франція** з 79,8% ВВП даного сектору.

№	Країна / Економіка	номінальний ВВП - 2016	Первинний сектор 1		Вторинний сектор 2		Третинний сектор 3	
			млн.дол.	%	млн.дол.	%	млн.дол.	%
	СВІТ	75 212 696	4 437 549	5,9	22 939 872	30,5	47 835 275	63,6
1	Сполучені Штати	17 946 996	215 364	1,12	3 427 876	19,1	14 303 756	79,7
2	Китай	11 007 721	990 695	9,0	4 458 127	40,5	5 558 899	50,5
3	Японія	4 730 300	56 764	1,2	1 300 833	27,5	3 377 434	71,4
4	Німеччина	3 494 900	27 959	0,8	982 067	28,1	2 484 874	71,1
5	Об'єднане Королівство	2 649 890	18 549	0,7	556 477	21,0	2 074 864	78,3
6	Франція	2 488 280	47 277	1,9	455 355	18,3	1 985 647	79,8
7	Індія	2 250 990	391 672	17,4	580 755	25,8	1 280 813	56,9
8	Італія	1 852 500	37 050	2,0	448 305	24,2	1 367 145	73,8
9	Бразилія	1 769 600	95 558	5,4	484 870	27,4	1 189 171	67,2
10	Канада	1 532 340	27 582	1,8	438 249	28,6	1 066 509	69,6
11	Південна Корея	1 404 380	37 918	2,7	558 943	39,8	807 519	57,5
12	Росія	1 267 750	49 442	3,9	456 390	36,0	761 918	60,1
13	Австралія	1 256 640	50 266	4,0	334 266	26,6	872 108	69,4
14	Іспанія	1 252 160	41 321	3,3	303 023	24,2	909 068	72,6
15	Мексика	1 063 610	39 354	3,7	363 755	34,2	660 502	62,1
16	Індонезія	940 953	134 556	14,3	441 307	46,9	365 090	38,8
17	Нідерланди	769 930	21 558	2,8	185 553	24,1	563 589	73,2
18	Туреччина	755 716	67 259	8,9	212 356	28,1	476 101	63,0
19	Швейцарія	662 483	8 612	1,3	183 508	27,7	470 363	71,0
20	Саудівська Аравія	657 785	13 156	2,0	440 058	66,9	204 571	31,1
21	Аргентина	541 784	54 178	10,0	166 328	30,7	320 736	59,2
22	Тайвань	519 149	6 749	1,3	166 128	32,0	347 311	66,9
23	Швеція	517 440	9 314	1,8	139 191	26,9	368 935	71,3
24	Бельгія	470 179	3 291	0,7	101 559	21,6	365 329	77,7
25	Польща	467 350	15 890	3,4	157 030	33,6	294 431	63,0
31	Об'єднані Арабські Емірати	416 444	2 915	0,7	247 368	59,4	165 745	39,8
26	Нігерія	415 080	73 884	17,8	106 676	25,7	226 634	54,6
27	Іран	412 340	46 182	11,2	167 410	40,6	198 748	48,2
32	Колумбія	400 117	35 610	8,9	152 044	38,0	212 462	53,1
28	Таїланд	390 592	51 949	13,3	132 801	34,0	205 842	52,7
29	Австрія	387 299	5 809	1,5	114 253	29,5	267 236	69,0
30	Норвегія	376 268	10 159	2,7	144 111	38,3	221 998	59,0
33	Данія	347 196	15 624	4,5	66 314	19,1	265 258	76,4
34	Південна Африка	341 216	8 530	2,5	107 824	31,6	224 861	65,9
35	Алжир	246 397	8 131	3,3	44 105	17,9	194 407	78,9
36	Венесуела	209 226	9 834	4,7	73 020	34,9	126 373	60,4

<https://www.olza.com.ua/statistics/57>

Моніторинг рівня розвитку суб'єктів світової економіки

Моніторинг рівня розвитку суб'єктів світової економіки системно здійснюють

- Міжнародний інститут розвитку менеджменту в Лозанні
- Міжнародний економічний форум у Давосі.

Карта сучасного світу:

- а) приблизно 15% населення мешкає у розвинених країнах, де відбувається становлення інформаційного технологічного способу виробництва та інформаційного суспільства;
- б) понад 50% населення живе за індустріального способу виробництва та індустріального суспільства;
- в) майже третина населення світу проживає у країнах та у відсталих районах окремих країн, які перебувають на доіндустріальній стадії суспільно-економічного розвитку з притаманною їй формою існування на основі взаємодії з природою, використанням природних джерел енергії примітивними способами виробництва, що визначають і його обмежені обсяги, і незадовільні умови життя та праці.

ВВП на душу населення 2015 р.

№	Страна	\$	№	Страна	\$	№	Страна	\$	№	Страна	\$
1	Люксембург	103 187	17	Фінляндія	42 159	133	Узбекистан	2 130	170	Буркіна-Фасо	631
2	Швейцарія	82 178	—	Гонконг	42 097	134	Україна	2 109	171	Еритрея	630
3	Катар	78 829	18	Німеччина	41 267	135	Соломонові Острови	2 050	172	Мозамбік	626
4	Норвегія	76 266	19	Бельгія	40 456	136	Республіка Конго	2 031	173	Уганда	625
5	США	55 904	20	Франція	37 728	137	Нікарагуа	1 965	174	КНДР	621
6	Сингапур	53 224	21	Нова Зеландія	36 963	138	Джибуті	1 805	175	Афганістан	615
7	Австралія	51 642	22	Ізраїль	35 702	139	Лаос	1 785	176	Гвінея-Бісау	582
8	Данія	51 424	23	ОАЕ	35 392	140	Молдова	1 740	177	Того	578
9	Ісландія	51 068	24	Японія	32 481	141	Індія	1 688	178	Гвінея	546
10	Сан-Марино	49 139	—	Європейський союз	32 006	142	Замбія	1 576	179	Демократична Республіка Конго	478
11	Швеція	48 966	127	Вануату	2 872	142	Замбія	1 576	180	Ліберія	469
12	Ірландія	48 940	128	Бутан	2 837	143	Кирибати	1 443	181	Нігер	403
13	Нідерланди	44 333	129	Гондурас	2,365	144	Кенія	1 432	182	Мадагаскар	393

<https://www.olza.com.ua/statistics/51>



Інтернаціоналізація господарства

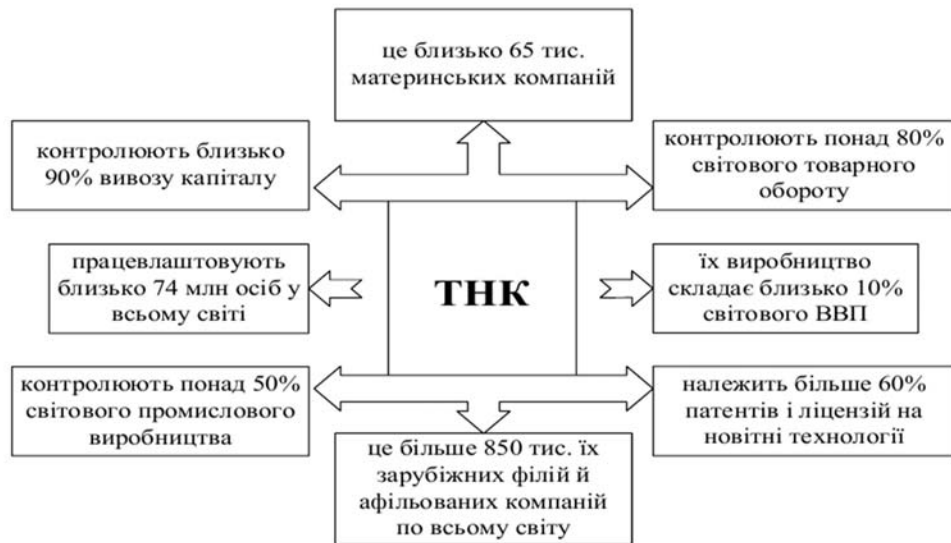
- Зміцнення економічних зв'язків між країнами, поглиблення міжнародного поділу праці призводять до інтернаціоналізації світового господарства.
- Інтернаціоналізація як процес має такі основні прояви:
 - інтернаціоналізація виробництва;
 - інтернаціоналізація капіталу;
 - утворення транснаціональних корпорацій.
- Інтернаціоналізація виробництва полягає у встановленні стійких виробничих зв'язків між фірмами різних країн. Ці зв'язки ґрунтуються на поглибленні спеціалізації й кооперування.



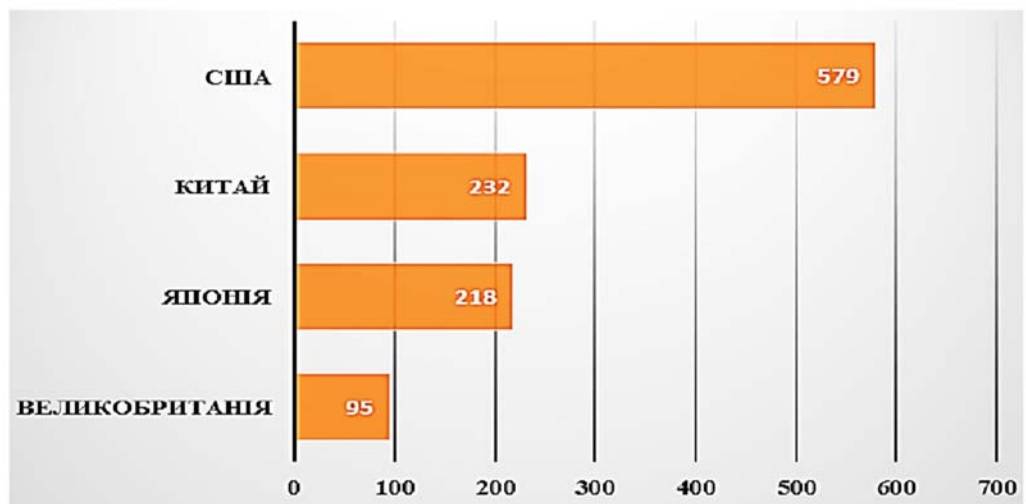
Транснаціоналізація

- Інтернаціоналізація виробництва й капіталу створює умови для транснаціоналізації економічних відносин.
- ТНК - корпорація, з розгалуженою мережею залежних структур в інших країнах
- Частка ТНК у світовому промисловому виробництві становить близько 50%.
- За підрахунками, ТНК контролюють 70–90 % світових ринків, послуг, технологій
- Загальний обсяг реалізації 200 найбільших з них становить понад 30% світового валового внутрішнього продукту.

Сучасний етап транснаціоналізації світової економіки



Рейтинг країн найпотужніших ТНК світу, 2015



Міжнародна економічна інтеграція

Один з найважливіших проявів інтернаціоналізації світової економіки.

На мікрорівні інтеграція виявляється у злитті фірм, що, зокрема, веде до утворення ТНК.

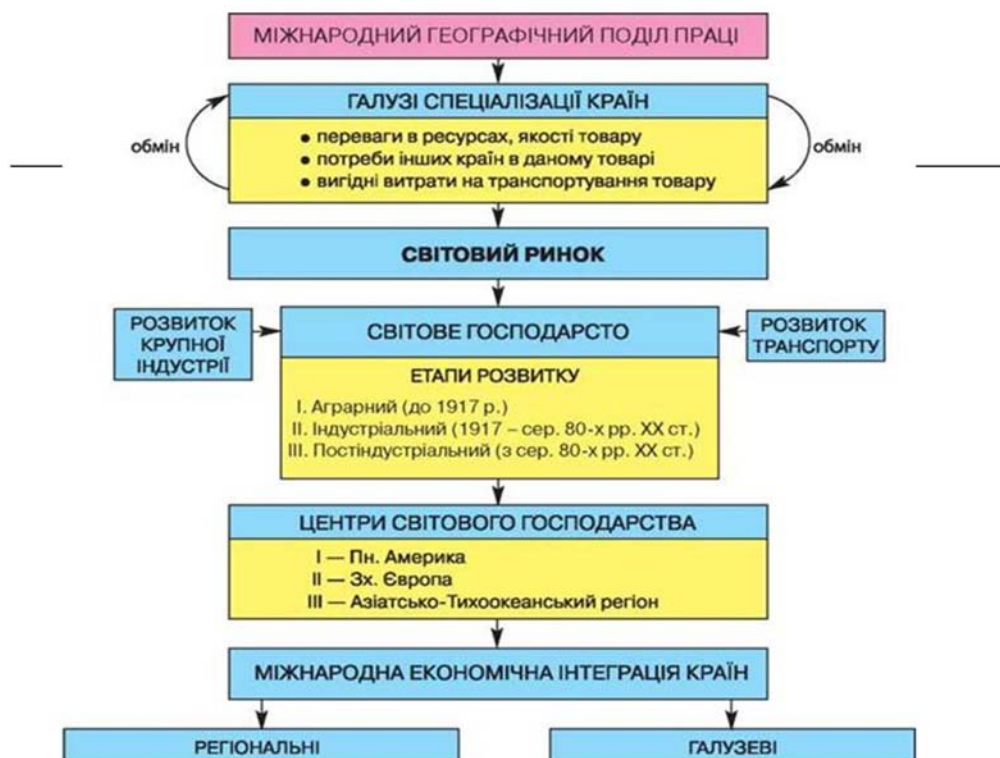
- На макрорівні інтеграція розвивається на основі об'єднання національних економік країн, внаслідок чого виникають регіональні інтеграційні утворення.

Основними формами регіональної інтеграції є:

- зона преференційної торгівлі;
- зона вільної торгівлі;
- митний союз;
- спільний ринок;
- економічний і політичний союз.

На досить високому рівні розвитку інтеграції національні економіки становлять єдине ціле, що характеризується єдиною виробничою структурою, спільною структурою регулювання з боку державних і недержавних інституцій, вільним рухом факторів виробництва і навіть політичною єдністю.

Серед найвідоміших регіональних об'єднань слід назвати Світова організація торгівлі (СОТ), Європейський Союз (ЄС), Північноамериканську угоду про вільну торгівлю (НАФТА), Європейську асоціацію вільної торгівлі (ЄАВТ).





Особливості сучасних процесів міжнародної економічної інтеграції. Глобалізація

- динамізм процесів міжнародної економічної інтеграції в цілому, зумовлений як дією об'єктивних факторів, так і реакцією країн світу на розвиток окремих інтеграційних угруповань;
- нерівномірність розвитку й реалізації форми міжнародної економічної інтеграції, яка спричинена проявами очевидних відмінностей економічного розвитку країн і регіонів світу;
- розвиток, поряд з інтеграційними, дезінтеграційних процесів, які мають глибокі корені в історичних, політичних, економічних і соціальних закономірностях світового розвитку.

Подальший розвиток інтернаціоналізації зумовлює становлення інтеграції на глобальний рівень, тобто наслідком цього процесу стане глобальна економічна інтеграція, яка вбирає в себе регіональні інтеграційні осередки.

Найрозвинутішим проявом інтернаціоналізації є глобалізація.

- Просунута стадія розвитку процесу інтернаціоналізації різних аспектів суспільного життя: економічних, політичних, культурних.
- На цій стадії інтернаціоналізація поступово охоплює усе світове співтовариство, досягаючи планетарних масштабів.



Розвиток глобалізації. Науково-технічна революція.

Перехід індустріально розвинутих країн у постіндустріальну фазу розвитку.

Бурхливий розвиток світової системи інформації
(можливість укладати економічні угоди в будь-який час незалежно від місцезнаходження агентів угод)

- Інтернет
- світовий інформаційно-фінансовий простір.

Важливою стороною сутності глобалізації є утворення і швидкий розвиток наднаціональних структур у світовій економіці. Жодна країна зараз не може планувати свою економіку без огляду на світову економічну ситуацію.



Характеристики глобалізації

- посилення взаємозв'язку всіх дій країн в соціально-економічній сфері, політиці, культурі;
- посилення відкритості національних економік;
- територіальне поширення інтернаціоналізаційних процесів, які охоплюють увесь світ;
- універсалізація міжнародних економічних процесів;
- зростання масштабу виробництва, концентрація і централізація капіталу;
- поглиблення науково-технічного прогресу, що супроводжується інформаційною революцією;
- посилення міжнародної економічної інтеграції і регіоналізації світової економіки.



Наслідки глобалізації (-)

- Поступова втрата країнами частки національного суверенітету над економікою внаслідок її дерегуляції відповідно з вимогами ТНК, міжнародних фінансових організацій.
- Зростання нерівномірності між розвинутими й найменш розвинутими країнами, між найбагатшими й найбіднішими людьми у світі.

Индекс уровня глобализации стран мира (KOF Index of Globalization) Швейцарский экономический институт (KOF Swiss Economic Institute).

Все страны оцениваются по 24 показателям, объединённым в три основные группы глобальной интеграции

- **Экономическая глобализация** — объём международной торговли, уровень международной деловой активности, торговые потоки, международные инвестиции, тарифная политика, ограничения и налоги на международную торговлю, и так далее.
- **Социальная глобализация** — уровень культурной интеграции, процент иностранного населения, международный туризм, международные личные контакты, объём телефонного трафика, почтовых отправок, трансграничных денежных переводов, информационные потоки, развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры, и так далее.
- **Политическая глобализация** — членство государств в международных организациях, участие в международных миссиях (включая миссии ООН), ратификация международных многосторонних договоров, количество посольств и других иностранных представительств в стране, и так далее.

Индекс уровня глобализации исчисляется как сумма указанных составляющих с весовыми коэффициентами 36%, 39% и 25%, соответственно.

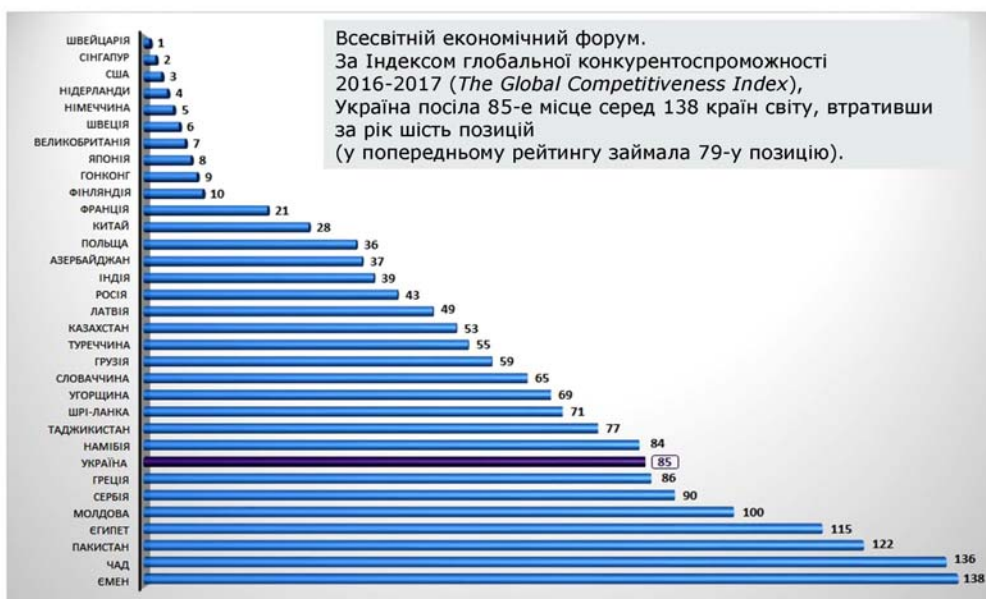
РЕЙТИНГ СТРАН МИРА ПО ИНДЕКСУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ KOF Swiss Economic Institute, The 2013 Index of Globalization

РЕЙТИНГ	СТРАНА	ИНДЕКС	РЕЙТИНГ	СТРАНА	ИНДЕКС
1	Бельгия	92.30	27	Малайзия	78.23
2	Ирландия	91.79	28	Новая Зеландия	78.22
3	Нидерланды	91.33	29	Израиль	77.27
4	Австрия	89.48	30	Словения	76.85
5	Сингапур	88.89	31	Мальта	76.09
6	Дания	88.12	32	Объединённые Арабские Эмираты	75.66
7	Швеция	87.63	33	Хорватия	75.36
8	Португалия	87.07	34	Соединённые Штаты Америки	74.76
9	Венгрия	86.85	35	Чили	72.91
10	Швейцария	86.28	36	Латвия	72.79
11	Кипр	86.08	37	Исландия	72.73
12	Великобритания	85.39	38	Румыния	72.53
13	Канада	85.38	39	Катар	72.03
14	Люксембург	85.15	40	Болгария	71.73
15	Чехия	84.86	41	Кувейт	70.97
6	Финляндия	84.85	42	Иордания	70.10
17	Испания	84.21	43	Турция	69.02
18	Франция	83.86	44	Литва	69.00
19	Словакия	83.49	45	Черногория	68.86
20	Норвегия	81.99	46	Бахрейн	68.34
21	Австралия	81.59	47	Украина	67.78
22	Германия	81.08	48	Россия	67.78
23	Италия	81.01	92	Беларусь	54.98
24	Греция	80.31	93	Барбадос	54.95
25	Эстония	79.72	94	Армения	54.72
26	Польша	79.10	187	Тимор-Лешти	24.35

<http://globalization.kof.ethz.ch/>

ПОЗИЦІЯ УКРАЇНИ В РЕЙТИНГУ КРАЇН СВІТУ ЗА ІНДЕКСОМ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 2016-2017

<http://edclub.com.ua/analytika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-1>



ІНДЕКС ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ	2015-2016	2016-2017 (138 країн)		ТРЕНД (10 останніх досліджень)
	(140 країн)	місце в рейтингу	індекс	
	79	85	4,0	
ОСНОВНІ ВИМОГИ	101	102	4,0	
ІНСТИТУЦІЇ	130	129	3,0	
ІНФРАСТРУКТУРА	69	75	3,9	
МАКРОЕКОНОМІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ	134	128	3,2	
ОХОРОНА ЗДОРОВ'Я ТА ПОЧАТКОВА ОСВІТА	45	54	6,0	
ПІДСИЛЮЮЧІ ПРОДУКТИВНОСТІ	65	74	4,0	
ВИЩА ОСВІТА І ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА	34	33	5,1	
ЕФЕКТИВНІСТЬ РИНКУ ТОВАРІВ	106	108	4,0	
ЕФЕКТИВНІСТЬ РИНКУ ПРАЦІ	56	73	4,2	
РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ	121	130	3,0	
ТЕХНОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ	86	85	3,6	
РОЗМІР РИНКУ	45	47	4,4	
ІННОВАЦІЇ ТА ФАКТОРИ ВДОСКОНАЛЕННЯ	72	73	3,5	
ВІДПОВІДНІСТЬ БІЗНЕСУ СУЧАСНИМ ВИМОГАМ	91	98	3,6	
ІННОВАЦІЇ	54	52	3,4	

Топ-10 причин, чому Україна опустилась в глобальному рейтингу конкурентоспроможності

- 1. **Погіршення позиції у розвитку фінансового ринку;**
- 2. **Зниження кредитного рейтингу країни**, що зумовлено зростанням державного боргу.
- 3. **Зменшення захисту національних інвесторів;**
- 4. **Необхідність у професійному менеджменті**, що зумовлено залученням до управлінських посад родичів та близьких осіб;
- 5. **Нездатність країни утримувати "таланти"**
- 6. **Зниження впливу бізнесу на умови прямого іноземного інвестування** (130, у 2015 – 122), що пов'язано з браком дієвих важелів співпраці держави та приватного сектора в інвестиційній політиці – державна система не враховує інтересів бізнесу;
- 7. **Зростання впливу оподаткування на інвестиційне стимулювання** (133, у 2015 – 129) спричинено відсутністю податкових пільг та неефективністю спеціальних економічних зон;
- 8. **Зменшення захисту інтелектуальних прав** (125, у 2015 – 120) зумовлено порушенням прав інтелектуальної власності;
- 9. **Зниження позицій у розвитку бізнесу** (98, у 2015 – 91) пов'язано з **недієвим антимонопольним законодавством** та відсутністю механізмів стимулювання розвитку малого та середнього підприємництва – **тиск на малий та середній бізнес податковими перевітками;**
- 10. **Погіршення якості інфраструктури** (75, у 2015 – 69): доріг, залізничного, морського та авіатранспорту – не реалізується Транспортна стратегія України на період 2020 року, яка була ухвалена ще у 2010 році.

<http://hvylya.net/analytics/economics/top-10-prichin-chomu-ukrayina-opustilas-v-globalnomu-reytingu-konkurentospromozhnosti.html>

Перелік спеціальних (вільних) економічних зон (СЕЗ) та територій пріоритетного розвитку із спеціальним режимом інвестиційної діяльності (ТПР)

Спеціальні (вільні) економічні зони:

- "Азов"
- "Донецьк"
- "Закарпаття"
- "Інтерпорт Ковель"
- "Курортотополіс Трускавець"
- "Миколаїв"
- "Порто-франко"
- "Порт Крим"
- "Рені"
- "Славутич"
- "Яворів"

Території пріоритетного розвитку із спеціальним режимом інвестиційної діяльності:

- В Автономній Республіці Крим
- У Волинській області
- У Донецькій області
- У Закарпатській області
- У Житомирській області
- У Луганській області
- У Чернігівській області
- У м. Харків
- У м. Шостка Сумської області

<http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=65af61ae-d9d8-48fc-b1f0-a8ee8094994b&title=PerelikSezTaTpr>

Україна: Економічний огляд, квітень 2017



<http://www.worldbank.org/uk/country/ukraine/publication/economic-update-spring-2017>

Україна, 2016 р.

- У операціях експорт-імпорт зберігається від'ємне сальдо -148,5 млрд. грн., що становить -6,2%.
- Експорт склав 1 174,6 млрд.грн., що становить 49,3% ВВП.
- Імпорт склав 1 323,1 млрд.грн., що становить 55,5% ВВП.

Світові ринки сталі 2016-2017

<http://vikant.com.ua/ua/news/steel2016>

- Початок 2017 р. на світових ринках металопродукції характеризувався незначним зростанням ціни і попиту.
- За даними асоціації World Steel Association в 16-му році відзначалося зростання виплавки сталі в світі на 0,8 %, і склав 1628,5 млн. тн, незважаючи на те, що завантаження виробничих потужностей зменшилася на 0,4 %.

У гонитві за лідером

- Абсолютним лідером у виробництві сталі є *Китай*, якому в 2016-му році вдалося наростити виробництво сталі на 1,2 % і виплавити близько 808,4 млн. тонн.
- *Японія* займає 2-е місце з показником в 104,8 млн. тонн, хоча за рік виробництво і зменшилася на 0,3%.
- З показниками виробництва у 95,6 млн. тн стали закінчила 2016 рік *Індія*, продемонструвавши максимальний приріст з усіх країн, який склав 7,4%.
- З мінімальними змінами вийшли *США* (78,6), *Росія* (70,8), *Корея* (68,6), *Германія* (42,1), *Турція* (33,2), *Бразилія* (30,2).
- *Україна*: Українським металургам вдалося наростити виробництво сталі на 5,5% і вийти на показник у 24,2 мільйонів тонн сталі, демонструючи хорошу динаміку.

Світові ринки сталі 2016-2017

Світові ринки

- **Період відновлення світового ринку в 2016 році - почався, що вже є позитивним трендом.**
- Деякими стримуючим чинником є сезонний спад споживання металопродукції в січні, що може служити передумовою для зниження вартості.
- У лютому купівельна активність відновлюється, і зміни в котируваннях сировини (коксівне вугілля, лом).

Чого чекати?

- Прогнози аналітиків на березень 2017р. - *нестабільна вартість металопродукату*. За даними британського агентства MEPS - цінові котирування продовжать повільне зростання. Компанія дотримується думки, що **в 2017 року ціни досягнуть того піку, після якого подальше зростання буде суттєво обмежений попитом та іншими факторами (рівень надвиробництва сталі в Китаї, що надає тиск на весь світовий ринок).**
- Навіть враховуючи боротьбу з китайським імпортом, і підтримку внутрішнього ринку, США і Європа вже повідомляли про нестачу холоднокатаної сталі і оцинкованої р/к рулонної сталі з Китаю, незважаючи на те, що вони ввели санкції на китайську продукцію.
- Крім них санкції так само ввела Індія і Латинська Америка.
- Санкції на китайську металопродукцію теоретично можуть обвалити експортний ринок. Ситуацію для Китаю можуть посилити нові введення мит Японією, Туреччиною, країнами Близького Сходу.
- **Позиція США.** Жорстка позиція нового уряду США полягає в обіцянці істотного інвестування в будівництво, але при цьому закриття внутрішніх ринків для імпоротної продукції, а особливо китайської, що може ускладнити міжнародну торгівлю.

Світові ринки сталі 2016-2017

УКРАЇНА

- Говорити українським металургам про глобальному відновленні і розширенні ринків збуту зараз не доводиться, оскільки експорт за рік впав на 11-12%, і це при збільшенні виплавки на 5,5%. Такі показники свідчать про відновлення внутрішнього ринку споживання металопродукції в нашій країні, що безумовно є гарною новиною.
- За даними експертів, в 2016г. внутрішній ринок відновився на 26%, а в 2017р. зросте ще на 7%.

Світові ринки сталі 2016-2017. Україна.





Світові ринки сталі 2016-2017. Україна

- **Головне завдання для України - зберегти існуючі ринки збуту.**
- УЦСС – український центр сталюого будівництва (асоціація учасників ринку металобудівництва)
- *Основними споживачами металопродукату були будівельні, вагонобудівні, машинобудівні галузі.*
- Компанія "Укрзалізниця" на 2017 рік запланувала вкладення в розмірі 27млрд. грн на випуск більше 10 тис. вантажних вагонів, 50 пасажирських та інфраструктуру. До порівняно вкладення 2016 року були в межах 5млрд.грн. Основним чинником зростання попиту на металопродукцію в 2017 стане відновлення промислового виробництва. У минулому році воно склало 2,4%, в поточному очікують у розмірі 5%.
- Це дозволить металургійної промисловості протриматися в непростий ринкової ситуації.



Світові ринки сталі 2016-2017. Україна.

- Враховуючи неоднозначні дії основних учасників світового ринку сталі та низький рівень споживання металу в світі, **українські компанії мають всі шанси компенсувати втрачені експортні позиції останніх років.**

Причиною тому можуть стати:

- введені **обмеження** на металопродукцію з КНР на прибуткових експортних ринках;
- **припинення зростання вартості** стратегічно важливо для галузі сировини (руда, вугілля, металобрухт);
- **вихід на ринки** Близького Сходу, Африки, Південної Америки;
- **інвестиції в реконструкцію і модернізацію** виробничого обладнання, що дозволяють удосконалювати якість і розширювати вироблений сортамент.

Основним стримуючим чинником для українських металургійних компаній є військові дії і, як наслідок, політична та економічна нестабільність зі всіма витікаючими для галузі наслідками.

Тема 3. Особливості стратегій економічного розвитку країн світу

Економічні стратегії країн. Стратегії макрорегіональних інтеграційних об'єднань.
Стратегії економічного розвитку України



Система тизація країн

- Економічна стратегія країни = f (модель економічного розвитку країни)
- Спільні історико-економічні умови розвитку - спільність соціально-економічного устрою
- ТИПОВІ МОДЕЛІ РОЗВИНУТИХ КРАЇН
 - ліберальна
 - корпоративістська
 - соціально-ринкова
- **Спільне - економіка ринкового типу.**
- Відмінності економічних відносин, що ґрунтуються на національних традиціях або виходять з конкретної соціально-політичної ситуації всередині країни.
- Варіативність моделі розвитку у часі, залежно від домінуючих тенденцій світового чи національного економічного розвитку
- Політика регулювання економіки - дирижизму.



Ліберальна модель розвитку

- США, Канада, Велика Британія, Ірландія.
- **Мінімальне втручання урядових структур у механізм взаємодії підприємців і робітників.**
- Профспілки / урядові інститути / об'єднання підприємців.
- **Високий рівень доходів і заробітної плати – основа балансу інтересів.**
- **Свобода ділянок – висока підприємницька ініціатива.**
- **Приватний сектор** є основою економіки, державні підприємства мають незначну частку.

Корпоративістська модель

- Активна роль держави в регулюванні соціально-економічних відносин і високий рівень соціального партнерства між робітниками й роботодавцями.
- Різновиди моделі :
 - **демократичний корпоративізм** (скандинавські країни, **соціальне партнерство**, трудові відносини, соціальні витрати, пенсійне забезпечення, освіта, професійна підготовка робітників, охорона здоров'я, низький рівень бідності тощо. Податкове навантаження, обмеження підприємців в сфері трудових відносин).
 - **ієрархічний корпоративізм** (Японія, японська модель, активне втручання уряду в економічне регулювання при незначній частці державної власності в економіці - програми економічного розвитку, активні політики. Довічний найм, жорстка субординація, орієнтація на постійне підвищення кваліфікації).

Соціально-ринкова модель розвитку

- Німеччина.
- **Високі стандарти соціальної підтримки** (дрібні фірми, молодь, люди похилого віку, безробітні, іммігранти).
- Держава відіграє найактивнішу роль, бюджетні й позабюджетні кошти на соціальні витрати.
- В цілому така політика знаходить підтримку підприємців і взагалі заможного населення.
- Невдоволення високим рівнем податків.
- Підприємцям стає невігдно розширювати виробництво в економічному просторі Німеччини.
- Намагання скорочувати контингент робочої сили (рівень безробіття децю вищий)



Модель «дирижизму»

- Франція, Італія в період між двома світовими війнами й у перші повоєнні роки.
- Активне втручання держави в економічні процеси.
- Створення потужного державного сектора в національній економіці.
- Індикативне планування - державними органами складаються прогнози щодо майбутнього розвитку національної економіки в цілому й окремих галузях, надаються пропозиції щодо використання виробничих потужностей і перерозподілу інвестицій.



Інші розвинуті країни

- З останньої чверті ХХ ст. все більш популярною стає ліберальна модель економічного розвитку.
- Водночас уповільнення темпів економічного розвитку провідних країн і піднесення розвитку нових індустриальних країн надають перевагу азіатській моделі соціально-економічного розвитку.
- Якщо західні моделі в своїй основі мають переважно споживацький інтерес, то азіатська збагачена на духовні ціннісні орієнтири.
- Нова планетарна специфіка з її викликами актуалізує конкуренцію не тільки технологій, а й культурних цінностей.
- Азіатська модель підвищує роль держави в економічному розвитку й поєднує не тільки ринок з державою, але й демократію з авторитаризмом (тобто з сильною владою), а також надає пріоритету духовним цінностям людини

Економічні стратегії Сполучених Штатів Америки

- Технологічне лідерство.
 - США мають найбільшу частку у фондах найавторитетніших організацій (ОЕСР, Всесвітній банк, МВФ, Економічна й соціальна рада ООН, Світова організація торгівлі).
 - Геополітичне положення в цілому (наддержава, що не має серйозних конкурентів на планеті в економічному, у військовому, в політичному відношенні).
 - Головна мета американської стратегії: вся планета оголошується сферою інтересів США, в тому числі економічних. Відповідно до цієї мети формується міжнародна політика США. Сполучені Штати є лідером процесу глобалізації, спрямовуючи його в певне русло й активізуючи цей процес.
 - Сучасна економічна стратегія США ґрунтується на ліберальній моделі.
 - **Кейнсіанство**
 - **Монетаризм.**
 - «Новий курс» президента Ф. Рузвельта (в основі - кейнсіанська теорія). «Середній курс» економічного розвитку – дистанційоння як від системи соціального планування (що притаманне соціалізму), так і від ринкової стихії. Цей курс визначався як «державне регулювання економіки»: поєднання підприємницької ініціативи з державною діяльністю в господарстві змішаного типу.
 - Ринкові відносини одержали подальший розвиток. Роль держави полягала у збільшенні урядових закупівель, наданні субсидій приватним фірмам, в ефективній податковій політиці. Держава взяла на себе завдання щодо зниження безробіття.
-
- Уряд повинен був не просто стимулювати інвестиції в економіку, а й розширювати саме державне інвестування. Кейнсіанці розуміли, що збільшення державних витрат спровокує дефіцит бюджету, але вважали це явище навіть позитивним, таким, що стимулює динаміку економічного розвитку.
 - Стабільність американської економіки може бути забезпечена не тільки внутрішньою політикою, а й плануванням світового господарства, тобто активним втручанням у міжнародні економічні відносини.
 - З цією метою передбачалося широко надавати позики іноземним державам та інвестувати в зарубіжні країни. Це, з одного боку, стимулювало б американський експорт, а з іншого – зміцнило б позиції США у світовій економіці.
-
- **Монетарізм** — економічна теорія, за якою кількість грошей в обігу є визначальним фактором формування господарської кон'юнктури та існує прямий зв'язок між зміною маси грошей в обігу та величиною валового й національного продуктів. Започаткував теорію монетаризму Мілтон Фрідман, назву новій економічній теорії дав Карл Бруннер (Karl Brunner).
 - Монетаризм — альтернативна кейнсіанству економічна теорія, згідно з якою сукупний обсяг продукту і рівень цін змінюються залежно від зміни пропозиції грошей, і, отже, досягнення безінфляційного зростання економіки вимагає контролю за оборотом грошової маси.
 - Термін «монетаризм» має і друге значення. Часто в економічній літературі ним позначають антиінфляційну політику держави, яка пройшла апробацію в ряді промислово розвинених країн світу (США, Великої Британії тощо) у 80-і роки ХХ століття. Окремі її положення принесли суттєвий успіх у боротьбі з інфляційними процесами. Антиінфляційна програма передбачала встановлення високого

банківського відсотка, припинення зростання заробітної плати і навіть її зниження. З цією метою пропонувалося підтримувати безробіття на досить високому рівні.

- Монетаристи вважають, що держава має обмежити своє втручання в господарське життя, лише підтримуючи стабільний темп росту грошової маси. На їхню думку, в довгостроковому плані фінансова експансія веде до росту відсоткових ставок та витісненню приватних інвестицій, а кредитно-грошова експансія стимулює інфляцію.
- Монетарна політика спирається на здатність грошово-кредитної системи істотним чином впливати на функціонування і розвиток економіки.

МАКРОРЕГІОНАЛЬНІ ОБ'ЄДНАННЯ РІЗНОГО РІВНЯ ІНТЕГРАЦІЇ

У світі нараховуються вже десятки макрорегіональних об'єднань різного рівня інтеграції. Стратегії більшості з них мають вузько локальний характер або слабо виражений вплив на економічний розвиток регіону, не говорячи вже про світову економіку. Серед найвпливовіших та найцікавіших за складом учасників є такі організації:

- Європейський Союз;
 - Північно-Американська угода про вільну торгівлю (НАФТА);
 - Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво (АТЕС);
 - Асоціація держав Південно-Східної Азії (АСЕАН);
 - Південний спільний ринок (МЕРКОСУР);
 - Латино-Американська асоціація інтеграції (ЛІААІ);
 - Організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС)
 - ГУАМ (Грузія, Україна, Азербайджан, Молдова)
- Кожне макрорегіональне інтеграційне об'єднання має свою стратегічну мету, заради здійснення якої об'єднання утворюються. З поглибленням інтеграційних процесів в об'єднання, з виходом на наступний рівень інтеграції, а також з огляду на зміни економічної й політичної ситуації стратегічна мета може доповнюватися, уточнюватися або змінюватися.

Тема 4. Міжнародний бізнес як суб'єкт міжнародного економічного розвитку

Привабливість започаткування та ведення міжнародного бізнесу. Основні етапи розвитку міжнародного бізнесу

Міжнародна діяльність фірми — це діяльність, пов'язана з експортом та імпортом товарів, капіталів, технологій, послуг, здійсненням спільних з іншими країнами проектів, з інтеграційними процесами в різних сферах.

Стратегічні цілі експортера:

розширення виробництва, збільшення прибутку за рахунок захоплення нових ринків за рубежом;

досягнення економії на масштабі виробництва;

збільшення прибутку за рахунок використання порівняльних переваг інших країн;

збільшення валютних ресурсів фірми. Стратегічні цілі імпортера:

модернізація й розширення виробничої бази фірми;

досягнення економії на заміні устаткування, сировини, комплектуючих вітчизняного виробництва більш ефективною закордонною продукцією;

розширення виробництва, збільшення прибутку за рахунок захоплення нових внутрішніх ринків;

розширення асортиментів на національному споживчому ринку.

М. Портер у книзі «Міжнародна конкуренція» відзначає, що керівництво фірми повинне чітко уявляти, які національні особливості країни базування визначають здатність (або нездатність) фірми створити й утримувати конкурентну перевагу на міжнародному рівні.

В основі теорії М. Портера лежать принципи стратегії підвищення конкурентоспроможності в окремо взятих галузях. Жодна країна не може бути конкурентоспроможною абсолютно в усьому, так само як і бути чистим експортером абсолютно всього. Людські та інші ресурси будь-якої країни неминуче обмежені. В ідеальному варіанті їх застосовують у найбільш продуктивних галузях.

Міжнародна торгівля дає країні можливість підвищувати продуктивність свого виробництва: спеціалізуючись на тих галузях і сегментах ринку, де її фірми порівняно більш конкурентоспроможні, ніж іноземні, та імпортуючи ті товари й послуги, за якими її фірми поступаються закордонним.

Щоб домогтися успіху в конкуренції, фірми даної країни повинні мати порівняльну перевагу у вигляді або більш низьких витрат, або різноманітних товарів, які визначають вищі ціни. Щоб зберегти за собою ця перевагу, фірми повинні згодом вирватися вперед по інших напрямках, тобто через підвищення якості товарів і послуг або підвищення продуктивності.

Глобалізація міжнародних зв'язків, відзначає Портер, усуває залежність фірм даної країни від наявності й кількості в країні тих або інших факторів. Конкуруючі фірми продають свою продукцію по всьому світу, закупають матеріали й комплектуючі також по всьому світу, з метою одержання додаткового прибутку розміщують виробництво в багатьох країнах. Успіх фірми в міжнародній конкуренції визначають не стільки самі фактори, скільки те, де й наскільки ефективно вони використовуються. Таким чином, знання порівняльних переваг тієї або іншої країни, максимальний облік місцевих умов і конкретних факторів та правильно обрана стратегія дають фірмі можливість домагатися конкурентних переваг на міжнародному ринку.

На стратегію фірми впливає зовнішньоекономічна політика держави. Залежно від того, обмежує чи стимулює держава ввезення (вивезення) товарів, виділяють 4 основних види зовнішньоекономічної стратегії держави:

стратегія ізоляції — це стратегія виключення держави з світогосподарських зв'язків. Ця стратегія проводиться винятково з політичних та ідеологічних міркувань. Економічно ця стратегія не виправдана;

стратегія протекціонізму — стратегія захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції. Звичайно захист внутрішнього ринку поєднується зі стимулюванням тією чи іншою мірою експортного виробництва своїх виготовлювачів. Стратегія протекціонізму приймається державою під тиском національних підприємців у тому випадку, якщо національне виробництво неконкурентоспроможне. Протекціонізм означає створення тепличних умов для місцевих підприємців, що має різні наслідки для економічної системи. Основним прийомом протекціонізму є збільшення мит на імпорт аналогічних товарів;

стратегія вільної торгівлі (фритредерство) — стратегія зменшення до мінімуму обмежень у зовнішній торгівлі. Звичайно ця стратегія проводиться країнами, що займають лідируюче положення на ринку, яким немає необхідності побоюватися підризу конкурентоспроможності своїх товарів;

стратегія наповнення дефіцитного ринку — «протекціонізм навпаки». Ефективна тільки у випадку великого дефіцитного національного ринку, на якому знайдеться місце для всіх.

Умови перетворення тієї або іншої стратегії можуть бути твердими (по всіх товарах і ринках) або м'якими (по окремих видах товарів і ринків).

Уряди різних країн вживають різні заходи, спрямовані на посилення переваги у вартості факторів (правильні або неправильні — це вже інше питання).

За допомогою яких важелів держава регулює зовнішньоторговельні відносини? Обмеження можна поділити на тарифні й нетарифні.

Тарифні обмеження пов'язані із установленням високих ставок мит як для експорту, так і для імпорту.

У цей час зростає роль нетарифних обмежень, до яких належать:

встановлення експортних та імпортних квот;

ліцензування експорту й імпорту, тобто видача державними органами дозволів на ввіз і вивіз, товарів у рамках установлених квот;

національні стандарти;

дискримінація в зовнішній торгівлі — це режим, згідно з яким одним торговельним партнерам держава надає гірші умови торгівлі, ніж іншим.

Аналіз експортно-імпортних можливостей фірми входить до складу маркетингових, передпроектних досліджень.

Підприємницька форма вивозу (ввозу) капіталу являє собою міжнародне інвестування, тобто створення за кордоном спільних підприємств і філій фірми.

Цілі міжнародного інвестування:

обхід тарифних (митних) мит і ряду нетарифних протекціоністських бар'єрів;

використання різниці у вартості ресурсів у різних країнах, у тому числі використання різниці у витратах виробництва;

підвищення конкурентоспроможності й більш активне, ніж у випадку зовнішньої торгівлі, впровадження на ринки; використання ефекту впровадження на ринок не ззовні (торгівля), а зсередини;

вивіз капіталу в обхід не тільки митних бар'єрів, а й одержання вигаду порівняно з національними фірмами у сфері оподаткування, що за інших рівних умов підвищує конкурентоспроможність підприємства як на зовнішньому ринку, так і на внутрішньому з переведенням отриманого прибутку в країну базування;

одержання допомоги в налагодженні випуску технічно складної продукції;

разове одержання нових технологій в розрахунок на їхній постійний приплив;

вирішення проблеми навчання національних кадрів;

одержання фінансової вигоди порівняно з імпортом товарів та іноземних позичок.

Прямі інвестиції — це інвестиції, що дають право контролювати об'єкти вкладення (якщо є контрольний пакет акцій).

Портфельні інвестиції — це інвестиції, які не забезпечують контроль об'єктів вкладення. Це пов'язано, насамперед, з торгівлею технологіями.

Як заволодіти тією або іншою технологією?

Шлях 1-ий. Купити зразки, розгорнути великі й тому дорогі роботи з дослідження цього матеріалу, щоб відповісти на запитання: «Як же це роблять?»

Шлях 2-ий. Купити у власника право на використання його технології, тобто купити не товар, а технологію його виробництва. Якщо технологія нова, то вона запатентована з видачею патенту.

Патент — це документ, що засвідчує право власності особи на який-небудь винахід або відкриття. Одержавши патент на винахід, компанія має право продати його, доставши одноразовий прибуток, або тиражувати його продаж, продаючи право на тимчасове використання патенту.

Крім того, можливий продаж і ноу-хау.

Ноу-хау (у перекладі — «знаю як») — технічні або інші знання й практичний досвід технічного, комерційного, фінансового й іншого характеру, що є комерційною таємницею, яка не оформлюється патентом. Ноу-хау може бути як незалежним щодо патентів, так і необхідним для їхнього використання. Ноу-хау може включати й незапатентовану інформацію, недоступну для світової громадськості. Можна сказати, що ноу-хау — це детальний опис якої-небудь технології в широкому розумінні: не тільки як опис виробничого процесу, але й опис проведення фінансових, комерційних та інших операцій.

Для використання патенту або ноу-хау необхідно купити дозвіл — ліцензію.

Готовність іноземного інвестора піти на продаж ліцензій підприємствам, капітал яких повністю або в основному належить приймаючій стороні, буде залежати від унікальності й новизни цієї технології. Чим старіша технологія, тим більша ймовірність, що вона буде вільна від контролю капіталу.

У галузях, де технологія унікальна і є монопольною для однієї або деяких фірм, іноземний капітал буде вкладатися виключно у формі прямих інвестицій. Більш охоче йдуть на продаж ліцензій фірми, що збираються створювати власну виробничу базу в країні-покупці.

Технологія, як і будь-який інший товар, має свою ціну. Існують два види технологічних платежів:

ройялті — періодичні платежі за використання ліцензії (частка або ставка ройялті виражається у відсотках, частіше 3-5%)

паушальний платіж — одноразова оплата вартості ліцензії.

Міжнародний розвиток, на думку Жана-Жака Ламбена, не є долею тільки великих фірм, щоб зростати або просто вижити; багато невеликих фірм змушені ставати міжнародними.

Цілі міжнародного розвитку можуть бути різними:

збільшити потенційний попит за рахунок нових ринків (збільшити обсяг виробництва й поліпшити результати за рахунок економії на масштабі);

розподілити комерційний ризик, звертаючись до покупців, що живуть у різних економічних середовищах, і діючи в більш сприятливих конкурентних умовах;

продовжити життєвий цикл товару, впроваджуючись на ринки, попит на який усе ще є зростає;

захистити себе від конкуренції, диверсифікуючи свої позиції й у той же час одержуючи можливість стежити за конкурентами на інших ринках;

знизити постачальницькі й виробничі витрати, використовуючи порівняльні переваги інших країн.

Тема 5. Стратегії розвитку міжнародного бізнесу компанії

Стратегії розвитку міжнародного бізнесу компанії. Перехід національної компанії до статусу міжнародної

Перехід на міжнародний рівень — це не миттєвий стрибок, а еволюція в стратегічному мисленні, результат складного процесу, в якому Ж.-Ж. Ламбен виділяє шість стадій.

Форми міжнародного розвитку:

експорт — найпоширеніша форма. Виникає у зв'язку з появою надлишку продукції; відновляється регулярно, але без довгострокових зобов'язань. Відносини між іноземними партнерами чисто комерційні;

на контрактній стадії фірма прагне до більш міцних зв'язків, щоб стабілізувати збут. Довгостроковий контракт може бути укладений з імпортером на основі франшизи або ліцензії. Франшиза (франчайзинг) — договірна маркетингова система для збуту споживчих товарів і послуг. Вона передбачає довгострокові договірні відносини, за якими одна фірма — франшизер надає іншій фірмі право на ведення певного бізнесу на обмеженій території при дотриманні встановлених правил і під певною маркою. Покупець франшизи сплачує франшизеру деяку суму плюс відрахування від продаж, одержуючи натомість право на використання комерційної марки плюс постійну підтримку й передачу досвіду;

на стадії участі, коли фірма переходить до прямого інвестування й контролює партнера, створюється іноземна торговельна фірма або спільне підприємство (СП);

через кілька років участі на паях фірма може повністю володіти 100 % капіталу іноземної філії — це стадія прямого інвестування в контрольовану філію;

іноземна філія переходить на автономний розвиток, спираючись на національний капітал, національні кадри, власні НДДКР. Це стадія автономної філії (дочірня компанія);

останній етап характерний для теперішнього часу. Це стадія глобальної фірми (транснаціональна корпорація), що сприймає міжнародний ринок, ніби він є єдиним. Глобальна стратегія фірми ґрунтується на подібності ринків і в той же час адаптована до них там, де це необхідно.

При розробленні стратегій виникає питання, пов'язане зі способом входу на ринок певної країни та з вибором каналу збуту. Ряд можливих стратегій представлено на рис.

Ці стратегії відрізняються між собою залежно від того, експортує фірма продукцію, виготовлену нею на своєму ринку, чи створює виробничий підрозділ на закордонному ринку.

Стратегії входу на світові ринки:

непрямий експорт;

прямий експорт;

виробництво за кордоном.

Непрямий експорт — найдешевший і найменш ризикований спосіб. Фірма не бере участі безпосередньо в міжнародній торгівлі, тобто не створює спеціальні підрозділи, не притягує додаткові кошти й людські ресурси. Закордонні поставки обробляються як внутрішні, а міжнародні операції доручаються іншим організаціям. Фірма не орієнтує діяльність на довгострокову перспективу, при цьому можливі такі варіанти:

закордонні поставки представляються як внутрішні місцевої комерційної організації, що веде справи з іноземними партнерами, які присутні на внутрішньому ринку;

збут товарів через міжнародні торговельні компанії за рубежем, що контролюють збутові мережі в різних регіонах. Незручність полягає в тому, що торговельна компанія представляє конкуруючі товари й не завжди приймає пропоновану продукцію;

організація збуту через експортно-імпортну компанію своєї країни, що являє собою групу неконкуруючих між собою фірм. Винагорода торгуючої компанії заснована на комісії, витрати фірми змінні, тому даний варіант особливо зручний для малих і середніх фірм.

Прямий експорт означає більшу залученість фірми, вона сама управляє функцією експорту. Спеціальний відділ фірми займається аналізом закордонних ринків, рухом товарів, визначенням цін і т.д.

Шляхи (варіанти) реалізації цієї стратегії:

використання своїх закордонних представників, спрямованих для підготовки ринку;

вступ в угоду з місцевими агентами, які будуть шукати клієнтів, здійснювати контакти й вести переговори від імені експортера;

співробітництво з місцевими торговельними фірмами, які будуть купувати товари у виготовлювача, і перепродувати їх на місцевому ринку на ексклюзивних або неексклюзивних умовах;

створення торговельної філії за кордоном, що дасть можливість забезпечити кращий контроль за операціями. Створення філії можливе за участі місцевої фірми, щоб скористатися її зв'язками.

Причини, що спонукають фірму розпочати виробництво за рубежем:

великі транспортні витрати;

високий митний тариф;

обмеження на імпорт (квоти);

преференції для місцевих виробників.

Фактори, які сприяють прийняттю такого рішення:

розмір і привабливість ринку;

сприятливий рівень виробничих витрат; близькість до покупців;

пільги, надані владою.

Варіанти стратегій виробництва за кордоном

Складальний завод являє собою компроміс між прямим експортом і закордонним виробництвом. Цей шлях дозволяє уникнути великих транспортних витрат і скористатися більш низькими митами на незавершені вироби. Фірма застосовує місцеву робочу силу.

Контракти на виробництво з місцевим виробником дають можливість фірмі обійтися без інвестицій у виробництво й без витрат на транспорт і митницю. Однак виникає проблема контролю якості, ризик передати виробничі ноу-хау іноземній фірмі, яка згодом може стати конкурентом. Цей ризик знижується, якщо головними факторами конкурентоспроможності є імідж марки й маркетингове ноу-хау.

Ліцензійні угоди. Цей спосіб носить більш формальний і довгостроковий. Фірма (ліцензіар) передає місцевій фірмі патент, марку, найменування, ноу-хау і надає технічну допомогу. Фірма-покупець (ліцензіат) виплачує початкову суму й ройалті. Переваги угоди для обох партнерів ті самі, що й для договору франшизи. Проблема — це труднощі контролю й відсутність прямої залученості фірми, що продала ліцензію.

Ризик — втратити ринок фірмою-ліцензіаром, якщо через кілька років ліцензіат вирішить діяти незалежно.

Спільні підприємства. Транснаціональна фірма вкладає частину капіталу й має право голосу в управлінні створеної фірми. Таке положення забезпечує кращий контроль над операціями. Співробітництво з місцевою організацією — це фактор, що полегшує інтеграцію в незнайоме середовище.

Пряме інвестування. Фірма самостійно інвестує у виробництво в іншій країні, купуючи існуюче або створюючи нове підприємство. Це максимальна залученість фірми у виробництво за кордоном.

Таким чином, форми входу на закордонний ринок різноманітні й пов'язані з досить різними ризиками й масштабами інвестицій.

Розглянемо фактори виходу на світовий ринок.

Розходження в рівні виробничих витрат у різних країнах. Різний рівень оплати праці, продуктивності праці, інфляції, податкових ставок, витрат на електроенергію, розходження в державному регулюванні — усе це породжує розходження у величині виробничих витрат у різних країнах. У деяких країнах рівень виробничих витрат досить низький, що досягається за рахунок дешевої робочої сили, законодавства, що сприяє розвитку виробництва або унікальних природних ресурсів. У подібній ситуації в цих країнах розміщується багато іноземних підприємств, а більша частина виробленої продукції вивозиться за кордон. Компанії, що мають свої філії в країнах з низьким рівнем виробничих витрат, або які співробітничать із виробниками таких країн, звичайно мають конкурентні переваги над тими, хто такою можливістю не володіє. Конкурентна вигода від розміщення виробництв у країнах з низькими витратами виробництва особливо очевидна в державах з дешевою робочою силою, таких як Тайвань, Південна Корея, Мексика, Бразилія й інші, що стали промисловими «драконами» у виробництві трудомістких товарів.

Коливання обмінних курсів. Коливання обмінних курсів ускладнюють для окремих країн використання переваг низького рівня виробничих витрат. Обмінні курси можуть змінюватися на 20—40% щорічно. Ці коливання можуть у корені знищити перевагу низьких витрат або перетворити країну з високими витратами на країну, де стане вигідно розміщати виробництво. Стійкі позиції долара США роблять більш вигідним для американських компаній розміщення своїх філій за кордоном. Девальвувуючий долар може ліквідувати більшість переваг, які дає розміщення їхніх виробництв за кордоном, і може підштовхнути іноземні компанії до розміщення заводів у США.

Торговельна політика національних урядів різних країн. Національні уряди вживають різного роду заходи для регулювання міжнародної торгівлі й діяльності іноземних фірм на ринку своїх країн. Уряди різних країн можуть вводити імпорتنі тарифи й квоти, встановлювати місцеві вимоги до товарів, вироблених іноземними компаніями усередині цих країн, регулювати ціни на імпортні товари. Крім того, іноземні фірми можуть зіштовхнутися з величезною кількістю правил, що стосуються технічних стандартів, сертифікації товарів, попереднього схвалення, що потребує значних капітальних витрат проєктів, які регулюють вивіз капіталу з країни, що допускають мінімальну (в окремих випадках — максимальну) участь громадян країни в правах власності на іноземні компанії, розташовані на її території.

Деякі уряди надають пільгові кредити й субсидії національним компаніям, підтримуючи їх у конкурентній боротьбі з іноземними виробниками. Інші ж уряди, зацікавлені в будівництві нових підприємств, у створенні нових робочих місць, пропонують субсидії національним компаніям, забезпечують їм більш легкий вихід на ринок і надають технічну допомогу.

Форми міжнародної конкуренції в різних галузях істотно відрізняються. На одному кінці спектра форм конкуренції перебуває форма, яку можна назвати багатонаціональною тому що в цьому випадку конкуренція в кожній країні по суті справи проходить незалежно від конкуренції в інших країнах. Наприклад, банківські послуги надаються й у Франції, і в Бразилії, і в Японії, але умови конкуренції в банківській сфері в цих країнах різні.

Багатонаціональна конкуренція має місце тоді, коли конкуренція на одному національному ринку не залежить від конкуренції на іншому національному ринку — не існує світового ринку взагалі, а є набір самостійних національних ринків.

Більше того, репутація, коло клієнтів і конкурентна позиція банку в одній країні не впливають (або майже не впливають) на успіх його дій в інших країнах. У галузях, де переважає багатонаціональна конкуренція, дія ефективної стратегії фірми й досягнутих за її допомогою конкурентних переваг на одному ринку має межі саме цього ринку в країні, де виступає дана фірма. При багатонаціональній конкуренції не можна говорити про міжнародний ринок, мова йде тільки про набір самостійних національних ринків. У число галузей, де конкуренція має таку форму, входять багато типів роздрібної торгівлі, виробництво пива, продуктів харчування (кава, хлібні вироби, заморожені продукти, консерви), виробництво простих металовиробів, пошиття одягу.

На протилежному кінці спектра — глобальна конкуренція, при якій ціни й конкурентні умови різних ринків тісно пов'язані між собою й термін «світовий», або «глобальний», ринок дійсно має сенс. У глобальних галузях конкурентна позиція фірми в одній країні істотно впливає (і підпадає під вплив від) на її позиції в інших країнах. Компанії-конкуренти борються один з одним на ринках різних країн, але найбільшої гостроти ця боротьба досягає на тих ринках, де обсяг продаж великий й присутність на яких стратегічно важлива для забезпечення сильної позиції в глобальній галузі. В умовах глобальної конкуренції конкурентна перевага фірми забезпечується її діяльністю на всіх ринках. Конкурентні переваги, які фірма одержала, діючи на своєму національному ринку, доповнюються тими перевагами, які проявляються при проведенні міжнародних операцій (наявність заводів у країнах з дешевою робочою силою, здатність задовольняти попит споживачів за рахунок власних міжнародних операцій, а також репутація фірми, що поширюється за межі однієї країни). Глобальна конкуренція має місце тоді, коли конкурентні умови на різних національних ринках тісно пов'язані між собою, що дозволяє створити дійсно світовий ринок, і коли фірми-лідери конкурують між собою в різних країнах.

Сила позицій фірми в умовах глобальної конкуренції прямо пропорційна тому набору конкурентних переваг, які вона має у своїй країні. Глобальна конкуренція існує в таких галузях, як випуск цивільних літаків, телевізорів, автомобілів годинників, копіювальних апаратів, телекомунікаційного устаткування, шин.

У галузі можуть бути сегменти, що характеризуються глобальною конкуренцією, одночасно із чисто національними сегментами, де конкурентна боротьба здійснюється в рамках однієї країни. Наприклад, у готельній справі сегмент, що становлять недорогі готелі, характеризується конкуренцією тільки в межах кожної країни, тому що в основному вони обслуговують жителів даної країни. На сегменті, що становлять готелі для ділових зустрічей, і розкішних готелів, конкуренція має глобальний характер. Такі компанії, як Nikki, Marriott, Sheraton, Hilton володіють мережею готелів у багатьох країнах і використовують розповсюджену по всьому світу систему бронювання, дотримуються загального рівня якості й стандартів обслуговування для забезпечення комфорту клієнтів, що зупиняються в цих готелях: бізнесменів і заможних туристів. У галузі виробництва мастильних матеріалів сегмент суднових двигунів характеризується глобальною конкуренцією, тому що судна курсують із порту в порт і для їхнього обслуговування, де б вони не перебували, потрібні ті самі мастильні кошти. Репутація фірми в цьому випадку має колосальне значення, і ті, хто досяг великих успіхів на цьому сегменті, наприклад, Exxon, British Petroleum, Shell, діють в усьому світі. А в галузі по виробництву автомобільних моторних мастил переважає багатонаціональна конкуренція. Це пояснюється тим, що в різних країнах різні кліматичні

умови й правила руху, великі витрати на транспортування, канали роздрібно́ї торгівлі істотно відрізняються, економія на масштабах виробництва для даної продукції досить обмежена.

У ході багатонаціональної конкуренції фірми борються за лідерство на національному ринку. У глобальних галузях фірми борються за світове панування.

На основі наведених міркувань і з урахуванням культурних і політичних відмінностей країн виробляється оптимальна стратегія для фірми, що діє на світовому ринку.

Тема 6. Стратегії формування міжнародних бізнес-мереж
Міжнародні стратегічні альянси. Транснаціональні корпорації. Глобальні компанії.

Стратегічні альянси - явище не нове і, тим більше, не рідкісне. Альянси були поширені в XVIII та XIX ст. в судноплавстві і страхуванні перевезень вантажів. NEC, найбільша японська технологічна фірма, була заснована у 1899 р. як перше японське спільне підприємство з американською компанією Western Electric (WE). Інша американська фірма ІТТ - купила частку WE у 1925 р. Альянс ІТТ закінчився у 1965 р., але, не дивлячись на це, ІТТ залишилося найбільшим власником акцій NEC до початку 70-х років минулого століття [5, 88].

Міжнародні стратегічні альянси як приймаючі різні форми довготривалі об'єднання двох або більш юридично самостійних фірм для вирішення згаданих задач на основі загальних економічних інтересів, отримали певне розповсюдження у світовій економіці протягом всього XX сторіччя (створювалися і функціонували, наприклад, консорціуми промислових підприємств і банків). Проте лише в останні десятиріччя цей феномен досяг принципово нового рівня розвитку. Річ у тому, що умовою і середовищем формування, функціонування і експансії стратегічних альянсів стала глобалізація економіки, а як їх головні суб'єкти виступають транснаціональні корпорації. За оцінками американських дослідників, з середини 1980-х років кількість стратегічних альянсів у світі щорічно зростала більш ніж на 25 %. В США, наприклад, в 1986 - 1995 рр. кількість спільних підприємств виросло більш ніж в четверо[1, 10].

ТНК прагнуть гнучко поєднувати злиття і поглинання з створенням і розвитком стратегічних альянсів з своєю участю: дві третини з 377 президентів найбільших компаній миру в рамках опиту, проведеного Всесвітнім економічним форумом і консультативною фірмою «Прайс Уотерхаус», відзначили, що альянси - «найважливіший інструмент глобального корпоративного зростання» [3, 69].

Можна виділити три укрупнені позиції з приводу мотивації до створення стратегічних альянсів з участю ТНК:

1. Доступ на зарубіжні ринки. Такий доступ за допомогою створення альянсу забезпечує його учасникам зниження ризиків, кращі умови для експорту, переваги від диверсифікації сфери діяльності, можливість більш швидкого, ніж зовні альянсу, проникнення, утилізацію регіональних економічних вигод, задоволення вимог уряду до іноземного капіталу. Та або інша ТНК може вступати з певними фірмами в угоди про розділ ринку на сфери впливу або встановлювати більш тісні відносини співпраці. Міжнародні стратегічні альянси (МСА) в змозі зменшувати ризик кожного з партнерів за допомогою розподілу ризиків крупного проекту між декількома фірмами, надання можливості диверсифікації номенклатури товарів, забезпечення більш швидкого входження на ринок і більшої окупності. Мотивуються стратегічними зусиллями, направленними на зростання потенціалу отримання прибутку, ТНК організують МСА в країнах, що розвиваються, та країнах з перехідною економікою, щоб розповсюдити владу над ринком, яким вони володіють в країні базування, на нові ареали і зайняти нову територію з меншими витратами і перешкодами порівняно з тими, які викликало б їх проникнення через дочірні компанії. Реакція на торгові обмеження з боку уряду приймаючої сторони - ще один аспект даної проблеми входження на зарубіжний ринок. Цей аспект з'явився першопричиною утворення союзів ТНК з фірмами і урядами країн, що розвиваються. Разом з тим МСА часом знаходять і наступальну спрямованість. Так, одним з мотивів угоди ув'язненого японської ТНК «Міцубіши Моторс» з південнокорейською «Хенде Моторс» про виробництво та збут серії дешевих моделей автомобілів, стало запобігання подібної угоди між конкурентами. Заборона японського автомобільного проникнення на ринок США з'явилася однією з причин організації СП «Дженерал Моторс» - «Тойота».

2. Доступ до ресурсів і зростання ефективності їх використання. Може йтися, наприклад, про потребу ТНК, ведучих діяльність на конкурентних ринках, у фінансових

ресурсах, технології або устаткуванні в зниженні транзакційних витрат і підвищення ефективності своєї діяльності в цілому. Витрати фірм в кожній ланці «НІОКР - постачання - виробництво - збут» можуть виявитися вище, ніж у конкурентів. В цьому випадку ланки найслабші з погляду величини витрат, логічно передати партнеру по альянсу. Коли кожна організація виконує роботу, в якій вона найбільш компетентна, витрати на одиницю продукції знижуються для всіх партнерів. В результаті створюються так звані зв'язуючі альянси, особливість яких полягає в тому, що кожна з фірм виконує взаємодоповнюючі функції. Прикладом служить, зокрема спільне підприємство німецької хімічної ТНК «БАСФ» і американської «Доу Кемікл». Для розгортання великомасштабних НІОКР ТНК вважають за краще створювати спільні підприємства а не укласти чисто функціональні угоди: СП полегшують обмін інформацією і забезпечують повсякденну координацію. МСА у формі вертикального і горизонтального типів партнерств ТНК з фірмами - дистриб'юторами або замовниками перспективних і споріднених диверсифікованих альянсів, створюють можливість для отримання стратегічних переваг співпраці. В цілому економія на витратах - результуюча вигода від створення МСА.

3. Отримання нових знань. В рухомій останніми мирі конкуренції ТНК вступають в МСА, у тому числі нерідко саме з конкурентами, щоб удосконалити всю сукупність своїх інтегрованих, цілісних знань, розглядаючи, їх як актив навіть більш важливий для результативності корпоративної діяльності, ніж запатентована технологія. Наприклад японська ТНК «НЕК» створила стратегічний альянс із зареєстрованою у США компанією «Ханеуелл» та з фірмою, що базується у Франції, «Булль» саме ради використання досвіду, навиків і технологій своїх партнерів. Здатність вчитися у інших, перш за все у своїх партнерів по даному альянсу - головний чинник, обумовлюючий положення «НЕК» як єдиної «глобальної компанії» із стійкою часткою свого ринку в області телекомунікацій, напівпровідників і крупних комп'ютерів. Для позначення такого роду МСА останніми роками з'явився термін «альянси, що навчаються». В умовах нестабільності, украй швидких і часто радикальних змін зовнішнього середовища, інформація, знання, а значить і способи їх створіння обробки і корпоративного упровадження, здобули особливу значущість.

Отже, міжнародні стратегічні альянси в останні 20-25 років виступають як один з вельми поширених проявів глобалізації економіки, її істотний невід'ємний елемент. Як основний суб'єкт МСА затвердили себе домінуючі в світовій економіці, зрілі ТНК, операції яких міцно придбали дійсно глобальний характер. Для них МСА давно перетворилися на гнучкий, вільний від того, що заформалізував інструмент, що дозволяє на основі спільності інтересів носіїв таких альянсів досягати поставлених ними стратегічної мети з меншими, ніж при використуванні традиційних засобів концентрації і централізації капіталу, витратами.

Існує багато МСА і є багато способів управління ними. Крім того, на їх ефективність істотно впливають міжкультурні відмінності і складнощі. Успіх альянсу багато в чому залежить від наявності інтелектуальних і підприємницьких навиків, уміння домовлятися про формування нових альянсів і управляти складними альянсовими сітями. Це надає істотні конкурентні переваги для практичної діяльності МСА.

Також існує декілька способів, за допомогою яких стратегічні альянси можуть розвиватися і управлятися найбільш ефективно:

1. Першим важливим елементом альянсової стратегії фірми є ретельне планування стратегічних альянсів. Вони можуть бути корисним інструментом або можливістю багатонаціонального зростання для багатьох підприємств із вагомих стратегічних причин.

2. Другим найважливішим елементом є ведення, часто складних і тривалих, переговорів про стратегічний альянс і вибір сумісного партнера.

3. Третім істотним елементом виступає визначення його точного типу і структури, які роблять можливою відповідну операційну ефективність.

4. Четвертий необхідний елемент по створенню багатонаціональних стратегічних альянсів полягає в їх управлінні і просуванні. Ця робота включає виконання всього

комплексу операцій, які необхідно зробити всередині чітко сформованих стратегічних структур.

Дані елементи необхідні для того, щоб у відповідних ситуаціях примушувати МСА працювати з високою ефективністю. Складність здійснення цієї задачі обумовлена необхідністю подолання географічних відстаней і міжособових відмінностей, неспівпаданням стратегічних потреб, часом, необхідним для проведення детальних переговорів і розвитку довір'я між партнерами, непередбаченими конкурентними кроками, міжнародними кризами і багатьма іншими чинниками впливу, що відбуваються. Наявність досвіду по створенню міжнародних стратегічних альянсів є одним з ключів до успіху.

Таким чином, можна зробити наступні висновки:

- міжнародні стратегічні альянси виступають як один з вельми поширених проявів глобалізації економіки і є її невід'ємним елементом;
- стратегічні альянси довели свою важливість не тільки для національного, але і для багатонаціонального бізнесу, а також і в цілому для економіки залучених в них держав;
- розвиток альянсів і партнерських відносин придбав в даний час і досягає в майбутньому набагато більшого розквіту. Багато фірм, які раніше рідко вступали до альянсів, тепер створюють їх регулярно;
- МСА дозволяють розвивати і покращувати операції, устаткування і процеси, забезпечують доступ до нових здібностей, нових знань і технологій; створити нові можливості, коли знаходишся в умовах все більш і більш гострій глобалізації економіки.

Глобальні компанії — бізнес-одиниці, які у своїй міжнародній діяльності використовують концепцію глобального маркетингу.

Багатокритеріальна порівняльна характеристика ТНК та глобальної компанії дає уявлення про ступінь подібності та рівень специфічності цих суб'єктів міжнародного маркетингу (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика ТНК та глобальної компанії

Елемент зіставлення	ТНК	Глобальна компанія
Життєвий цикл товару	У кожній країні товари знаходяться на різних стадіях життєвого циклу	Стандартизація життєвого циклу товару
Споживачі	Споживацькі переваги віддзеркалюють національні особливості	Глобальна конвергенція споживацьких потреб
Сегментування	Сегменти базуються на відмінностях Традиційні товари для кожного сегмента Багато ринків та сегментів	Сегменти враховують подібності Групкування подібних сегментів Пошук та розширення сегментів по всьому світу
Виробництво	Стандартизація стримується вимогами адаптації	Глобально стандартизоване виробництво Адаптація несуттєва
Адаптація	Необхідна адаптація товару до характеристик зарубіжного ринку	Товари вже адаптовані до глобальних потреб Можливе несуттєве товарне пристосування

Дизайн	Прийосовується до вимог споживачів	Міжнародні стандарти (еталони) дизайну закладаються ще на стадії проектування товару
Міжнародний маркетинговий комплекс: — товар	Товари відрізняються дизайном, особливостями, функціями, стилем та іміджем	Концентрація на важливій особливості, унікальності, цінності
— ціна	Споживач бажає заплатити більше, але отримати адаптований товар	Споживач віддає перевагу стандартизованому товару за меншою ціною
— просування	Створення національного іміджу товару, який відповідає національним потребам	Створення глобального іміджу товару, який відповідає як національним особливостям, так і глобальним потребам
— канали розподілення	Прийосовування до національних каналів розподілення	Глобальна стандартизація розподілення
Конкуренція	Конкурентні стратегії для кожного зарубіжного ринку (групи ринків)	Можливість конкурувати на кожному національному ринку, зумовлена глобальністю маркетингової концепції

4. ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. Поясніть методи оцінки економічного зростання та рівня економічного розвитку країн.
2. Поясніть протиріччя економічного розвитку та способи досягнення стратегічних компромісів.
3. Надайте характеристику актуальним та впливовим чинникам економічного зростання країн з постіндустріальною економікою
4. Надайте характеристику актуальним та впливовим чинникам економічного зростання країн з індустріальною економікою
5. Надайте характеристику актуальним та впливовим чинникам економічного зростання найбідніших країн
6. Поясніть значущість міжнародних стратегій для розвитку національних економік.
7. Поясніть особливості реалізації стратегічних рішень.
8. Назвіть причини та наслідки утворення світового ринку та господарства.
9. Надайте характеристику основним складовим світового господарства.
10. Порівняйте окремі види інтеграційних процесів світової економіки.
11. Обґрунтуйте негативні явища, які супроводжують підвищення рівня інтеграційних процесів світової економіки.
12. Надайте порівняльну характеристику актуальним економічним стратегіям країн з різним рівнем економічного розвитку.
13. Надайте характеристику стратегічним цілям та стратегіям макрорегіональних інтеграційних об'єднань.
14. Надайте характеристику головним аспектам стратегії економічного розвитку України.
15. Назвіть передумови та мотиви започаткування міжнародного бізнесу національної компанії.
16. Які стратегії інтернаціоналізації бізнесу можуть використовувати компанії.
17. Обґрунтуйте наявність(відсутність) кореляції між стратегіями інтернаціоналізації бізнесу компаній та міжнародними стратегіями економічного розвитку країн.
18. Яких трансформацій зазнає компанія внаслідок переходу зі статусу національної до статусу міжнародної (транснаціональної).
19. Поясніть чинники, які обумовлюють «життєздатність» стратегічних альянсів.
20. Надайте характеристики глобальним компаніям та стратегіям їх розвитку