



**МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
«ЄВРОПЕЙСЬКА ШКОЛА БІЗНЕСУ»**

Кафедра менеджменту та економіки

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до самостійного вивчення дисципліни:
«Транснаціональне бізнес-право»
студентами спеціальності 073 «Менеджмент»
другого (магістерського) рівня**

Укладач:

Кандидат економічних наук, доцент

Ю.С.Ремига

Обговорено та схвалено на засіданні
кафедри менеджменту та економіки,

протокол № _____ від « ____ » _____ 2020 р.
Завідувач _____ Ю. Ремига

Київ – 2020

«Транснаціональне бізнес-право» [Текст]: Методичні рекомендації до самостійного вивчення дисципліни студентами спеціальності 073 «Менеджмент» другого (магістерського) рівня / Ю.С.Ремга. – К.: МСУ, 2020. – 30 с.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

РОЗДІЛ №1 «СУТНІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ»

«Міжнародний бізнес» - це підприємницька діяльність, пов'язана з використанням капіталу в різноманітних формах і переваг підвищеної ділової активності; здійснюється з метою отримання прибутку і поширюється на міжнародну економічну сферу». Міжнародний бізнес включає будь-які господарські операції, що здійснюються двома і більше країнами. У випадку участі приватних компаній у міжнародному бізнесі господарські операції, як правило, проводяться з метою одержання прибутку. Діяльність фірм, що мають державну форму власності, не завжди орієнтована на прибуток.

Основні причини здійснення міжнародного бізнесу:

- 1) вихід до нових джерел корисних копалин і сировини;
- 2) доступ до нових ринків робочої сили;
- 3) прагнення до нових ринків збуту.

Характерні риси міжнародного бізнесу:

1. Отримання прибутку відбувається за рахунок використання переваг виходу за межі національних ринків.

2. Підприємства отримують додаткові економічні можливості, що витікають із:

- ресурсних особливостей міжнародних ринків;
- місткості зарубіжних ринків;
- правових особливостей зарубіжних країн;
- специфіки міждержавних політичних та економічних взаємовідносин.

3. Внаслідок інтернаціоналізації кожному бізнесу стає максимально доступним глобальний бізнес-сервіс, незалежний від національної належності, орієнтований лише на економічну ефективність.

4. Визначна роль культурного фактору в діяльності міжнародних компаній.

5. Міжнародний бізнес – це система постійно оновлюваних і складно взаємодіючих професійних знань принципово вищого рівня, ніж наявна в будь-якому національному бізнесі.

6. Міжнародний бізнес вбирає в себе найкращі національні зразки, все найкраще у світовій практиці.

7. Принципова відмінність міжнародного бізнесу полягає в

оберненій оцінці внутрішньої державної ситуації: негативні тенденції в економіці можуть відкрити додаткові можливості для розвитку міжнародних компаній.

8. На відміну від національної конкуренції, міжнародний бізнес може відчувати підтримку своєї держави у боротьбі з конкурентами в багатьох формах.

9. Інформація – головний стратегічний ресурс міжнародного бізнесу, адаптація – його головна стратегічна зброя.

Середовище, у якому функціонує фірма, що здійснює міжнародні операції, відчуває великий вплив із боку цієї фірми і сама справляє на неї величезний вплив. Міжнародний бізнес об'єднує організації, що діють практично в будь-якому ціннісному й інституціональному середовищі. Кожна з країн, де ведуть свої операції міжнародні компанії, характеризується певними правовими, політичними й економічними структурами, рівнем розвитку і культурних умов. Якщо фірма хоче домогтися успіху, вона повинна старанно вивчати можливі шляхи взаємодії політики корпорації з політикою національних держав і враховувати особливості і рівень розвитку країни партнера.

Політичне середовище.

Складові частини політичного середовища:

Політична система - призначена для інтеграції суспільства в життєздатне функціонуюче ціле.

Ідеологія - систематизована й інтегрована сукупність концепцій, теорій і цілей, що утворюють соціально-політичну програму.

Політична стабільність - рівень політичного ризику - можливість конфіскації, експропріації, валютні ризики, тероризм).

Правове середовище. Знання в цій галузі необхідні при вирішенні різноманітних практичних питань зовнішньоекономічної діяльності, а також у діяльності іноземних організацій, фірм і фізичних осіб на території України.

Економічне середовище.

Економічна система призначена для розподілу обмежених ресурсів між конкуруючими користувачами і пов'язана з регулюванням і координацією ресурсів і власності на будь-яке майно.

Соціально-культурне середовище.

Соціально-культурне середовище - це певні фізичні, демографічні і поведінські норми, характерні для кожної країни, що впливають на методи ведення справ.

Основні засоби адаптації до культурного міжнародного середовища:

Поліцентризм - орієнтація на національні відмінності, прагнення максимально враховувати їх при організації роботи. *Проблеми:*

- ускладнює організаційну структуру,
- копіювання місцевих методів роботи, що не приносять успіху,
- утрата переваг від нововведень.

Етноцентризм - переконання в перевазі представників власної етнічної групи над представниками інших груп.

Організаційно-правові форми здійснення міжнародної діяльності визначаються особливостями законодавства тих країн, де зареєстровані займаються нею фірми. Класифікація організаційно-правових форм бізнесу за типами здійснюється відповідно до ступеня усупільнення капіталів і об'єднання видів господарської діяльності.

Картель – це об'єднання декількох підприємств однієї галузі виробництва, учасники якого зберігають свою власність на засоби виробництва і вироблений продукт, промислову і комерційну самостійність, і домовляються про частку кожного в загальному об'ємі виробництва, цінах, ринках збуту.

Синдикат — це об'єднання ряду підприємств однієї галузі промисловості, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва, але втрачають власність на виготовлений продукт, а значить, зберігають виробничу, але втрачають комерційну самостійність. У синдикатів збут товарів здійснюється загальною збутовою конторою.

Трест — це об'єднання ряду підприємств однієї або декількох галузей промисловості, учасники якого втрачають власність на засоби виробництва і виготовлений продукт, виробничу і комерційну самостійність, тобто об'єднують виробництво, збут, фінанси, управління, а на суму вкладеного капіталу власники окремих підприємств отримують акції тресту, які дають їм право брати участь в управлінні і привласнювати відповідну частку прибутку.

У 60-ті роки у США і деяких інших країнах почали зростати **конгломерати**, тобто монополістичні об'єднання, які утворилися шляхом поглинання прибуткових різногалузевих підприємств, які не мали виробничої та технічної спільності.

Пули - монополні об'єднання, за яких прибутки надходять до спільних фондів, відтак здійснюється узгоджений їх розподіл відповідно до результатів експлуатації певної частини ринку, в заздалегідь обумовленій пропорції. Прикладом міжнародного пулу є "золотий пул", створений для торгівлі патентами.

Концерн — статутне об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі і т.д., що здійснюють спільну діяльність на основі добровільної централізації функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, природоохоронної, зовнішньоекономічної й іншої діяльності. Концерн представляє інтереси підприємств-учасників у взаєминах з іншими організаціями й органами управління. Учасники концерну не можуть бути одночасно в складі інших концернів. Характерною особливістю концернів є взаємне проникнення капіталів різних галузей, а їх головною перевагою надвелика концентрація фінансових і промислових ресурсів, оскільки в концерні можуть об'єднуватися різногалузеві комерційні структури, власники реальних ресурсів і грошей.

Консорціум — тимчасове статутне об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільних цілей, а саме: реалізації цільових програм і проектів, у першу чергу науково-технічних, інвестиційних, природоохоронних і т.п. Поєднуються підприємства будь-якої форми власності. Вирішивши задачу, консорціум припиняє свою діяльність. При цьому учасники зберігають свою господарську самостійність, можуть брати участь в інших консорціумах, асоціаціях, спільних підприємствах.

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

В практиці сучасного міжнародного бізнесу вироблені різноманітні, у тому числі досить гнучкі форми корпоративної інтеграції, до числа яких відносяться:

- *ліцензійний договір* - використання авторського права, товарного знаку, патенту;
- *спільне виробництво* - виготовлення комплексного виробу або його компоненту одним із закордонних партнерів;
- *контракт-менеджмент* - передача одним з партнерів іншому "ноу-хау" в області менеджменту;
- *франчайзинг* - видача ліцензії на певну діяльність із наданням додаткової управлінської, маркетингової й технологічної підтримки;
- *стратегічний альянс* - формальний або неформальний союз, створюваний з метою об'єднання ресурсів для вирішення завдань реорганізації, підвищення ринкової ефективності тощо, або досягнення "ефекту масштабу", або в інших цілях;
- *спільне підприємство* - одна з розповсюджених форм стратегічного альянсу;

- *транснаціональна компанія* - найбільш "тверда" форма міжнародного співробітництва, заснована на механізмі акціонерної участі й або інших способах корпоративного контролю.

Транснаціональна корпорація — це корпорація, що здійснює міжнародне виробництво на основі прямих іноземних інвестицій та має прямий контроль над своїми закордонними філіями. ТНК — це міжнародні компанії. Вони міжнародні за характером своєї діяльності, так як володіють або контролюють виробництво продукції (або послуг) поза межами країни базування, в різних країнах світу, розташовуючи там свої філії, що функціонують відповідно до глобальної стратегії материнської компанії. Таким чином, «міжнародний підхід» ТНК визначається тією роллю, яку займають зарубіжні операції у всіх аспектах економічного життя цих компаній.

Транснаціональна компанія (корпорація) або ж скорочено ТНК — компанія (корпорація), що володіє виробничими підрозділами в декількох країнах.

Транснаціональна компанія (ТНК) є однією з найбільш складних форм організації міжнародного бізнесу. Така компанія використовує міжнародний підхід у пошуку закордонних ринків і при розміщенні виробництва, а також комплексну глобальну філософію бізнесу, що передбачає господарську діяльність як усередині країни походження, так і за її межами. Організація, форми й структурні особливості різних ТНК можуть бути досить різноманітними. Проте можна виділити наступні основні принципи, що лежать в основі ТНК і відрізняють дану форму організації міжнародного бізнесу від інших форм міжнародного бізнесу, зокрема МСА:

- корпоративна цілісність, заснована на принципі акціонерної участі;

- орієнтація на досягнення єдиних для компаній ТНК стратегічних цілей і рішення загальних стратегічних завдань;

- наявність єдиної управлінської вертикалі і єдиного центра контролю у вигляді холдингової компанії, банку або групи взаємозалежних компаній;

- безстроковий характер існування ТНК.

За визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), транснаціональні корпорації — це «підприємства, що складаються з материнського підприємства та його закордонних філіалів», при цьому ТНК можуть як набувати статусу корпорації, так і не мати цього статусу.

ТНК створює систему міжнародного виробництва, розподілену між кількома країнами, але контрольовану з одного центру — материнської компанії.

Країна базування — це країна, у якій знаходиться штаб-квартира материнської компанії ТНК. Наприклад, штаб-квартира корпорації «Nestlé» розташована в швейцарському місті Вевей, отже її країною базування є Швейцарія. Країною базування корпорації «Toyota» є Японія, а корпорації *Philips* — Нідерланди.

Приймаючі країни — це іноземні країни, в яких ТНК розміщує власні дочірні підприємства або філіали на основі здійснення прямих іноземних інвестицій.

За існуючою методологією ЮНКТАД, до ТНК належать ті міжнародні фірми, показники діяльності яких задовольняють наступними двома критеріями:

- наявність материнської компанії і підрозділів за кордоном не менше ніж у 2 країнах світу. Закордонні підрозділи можуть засновуватися компанією на основі прямих іноземних інвестицій через створення виробничих потужностей або через злиття та поглинання інших підприємств;

- контроль активів закордонних підрозділів — передбачає, що частка акціонерного капіталу в дочірньому підприємстві, що належить материнській компанії в іншій країні, становить 10% або більше. У деяких країнах цей поріг може бути вищим, наприклад, у Великій Британії частка іноземного капіталу має становити 20% і більше.

ТНК часто діляться на три великі групи:

- **Горизонтально інтегровані ТНК** — керують підрозділами, розташованими в різних країнах, що виробляють однакові або подібні товари.

- **Вертикально інтегровані ТНК** — керують підрозділами в певній країні, які виробляють товари, що поставляються в їх підрозділи в інших країнах.

- **Роздільні ТНК** — керують підрозділами, розташованими в різних країнах, які вертикально або горизонтально не об'єднані.

Міжнародне інвестування відіграє важливу роль у світовій економіці, формуючи канали передачі фінансових і матеріальних ресурсів, науково-технологічних та організаційно-економічних інновацій на новітній інноваційній основі.

Взагалі **інвестиції** — це грошові, майнові, інтелектуальні цінності, які вкладають в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання прибутку.

У вузькому розумінні міжнародні інвестиції – це довгострокові вкладення капіталу за кордоном з метою отримання прибутку. У широкому значенні міжнародні інвестиції – це інвестиції, реалізація яких передбачає взаємодію учасників, що належать до різних держав світу. Розрізняють дві основні форми іноземних інвестицій: **прямі іноземні інвестиції; портфельні іноземні інвестиції.**

Інвестиції відіграють центральну роль в економічному процесі, вони визначають загальний ріст економіки. В результаті інвестування засобів в економіку збільшуються обсяги виробництва, росте національний прибуток, розвиваються та йдуть вперед в економічній конкуренції галузі та підприємства, що в найбільшому степені задовольняють попит на ті чи інші товари та послуги.

Сучасні міжнародні інвестиції характеризуються різною інституційною природою, видами і формами, методами регулювання на національному, наднаціональному та міжнародному рівнях.

На сьогоднішній день Україна розуміє необхідність і важливість міжнародного інвестування в національну економіку, і удосконалює правові механізми захисту міжнародних інвестицій. Також Україна приєдналась до Вашингтонської конвенції з регулювання інвестиційних суперечок, отримала членство у Всесвітній асоціації торгівлі, наразі розглядається входження України в Європейську енергетичну асоціацію.

Інтернаціоналізація (англ. *internationalization*) — процес адаптації продукту, такого як програмне, або апаратне забезпечення, до мовних і культурних особливостей регіону (регіонів), відмінного від того, в якому розроблявся продукт. В англійській мові для слова «internationalization» прийнято скорочення «i18n».

Є важлива відмінність між інтернаціоналізацією та локалізацією. Інтернаціоналізація — це адаптація продукту для *потенційного* використання практично в будь-якому місці, тоді як локалізація — це додавання спеціальних функцій для використання в деякому *визначеному* регіоні.

Інтернаціоналізація міжнародного бізнесу — поєднання зусиль національних і міжнародних компаній різних країн у здійсненні різноманітних ділових операцій.

З розвитком процесів інтернаціоналізація набуває форми міжнародного бізнесу і змінюється від простих (міжнародна торгівля) до складних (міжнародні корпорації з прямими іноземними інвестиціями).

До основних форм міжнародного бізнесу належить:

- ✓ експорт або імпорт;
- ✓ ліцензуванні;
- ✓ управлінські контракти;
- ✓ спільні підприємства;
- ✓ міжнародні корпорації.

Експорт — найпростіша форма міжнародного бізнесу, яка являє собою продаж товарів чи послуг в інші країни. В сучасних умовах всі зовнішньоторговельні операції складають понад 80% обсягів міжнародного бізнесу. Експорт є найменш ризикованою, але і найменш прибутковою формою діяльності.

Локальне складування — завезення великої партії товарів на спеціальні склади в країні-господарі з метою подальшого продажу товарів цього складу-магазину.

Управлінські контракти — спосіб направлення фірмою частини свого управлінського персоналу до іншої країни світу для надання підтримки іноземній фірмі чи виконання спеціалізованих управлінських функцій протягом встановленого періоду і за обов'язкову певну плату. Застосовуються вони в таких випадках:

- створення нового комерційного проекту, в якому країна отримувач іноземних інвестицій пропонує продовжити управління підприємством для підготовки кадрів місцевих менеджерів;
- підвищення ефективності функціонування підприємства за рахунок залучення управлінського персоналу авторитетної іноземної фірми.

Спільні підприємства — такі міжнародні фірми, які мають двох або більше засновників, які є юридичними особами з різних країн. Ця форма міжнародного бізнесу використовується країною для виходу на новий ринок.

Найпоширенішими є двосторонні спільні підприємства з однаковими частками капіталу (50 на 50). В Україні на 01.01.2007 успішно працювало 17,5 тис. спільних підприємств. Одним із найуспішніших є україно-іспанське підприємство «Інтерсплав», яке є одним з найбільших п-в в своїй галузі в Європі. Його виробнича потужність 70 тис. алюмінієвих сплавів кожен рік. З 1996 року продукція з цього спільного п-ва зареєстрована і реалізується на Лондонській біржі металів. Продукція цього п-ва відповідає всім вимогам авто компаній зх.-Європи і США. Ще одним прикладом спільного п-ва є «АвтоЗАЗДеу», поєднання українського і корейського капіталів.

Міжнародні корпорації — це підприємства з прямими іноземними інвестиціями, коли зарубіжні філії є власністю компанії.

До основних етапів інтернаціоналізації належать:

- ✓ етноцентризм — підпорядкування зарубіжних операцій внутрішнім операціям;
- ✓ поліцентризм — врахування особливостей середовища бізнесу кожної приймаючої країни;
- ✓ регіоцентризм — зосередження повноважень і комунікацій на регіональному рівні, який включає групу приймаючих країн;
- ✓ геоцентризм (глобалізм) — діяльність компаній по всьому світу шляхом розвитку співробітництва штаб-квартири та філій для розробки стандартів і процедур, які відповідають як загальним, так і локальним завданням фірм.

РОЗДІЛ №2 «СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ»

Стратегія – це сукупність дій (модель діяльності), які використовуються менеджерами для досягнення цілей фірми. Для більшості фірм головною ціллю (метою) є *максимізація цінностей* фірми (з обов’язковою умовою дотримання норм закону, етики та соціальної відповідальності). Для максимізації цінності фірми менеджери повинні використовувати стратегії, які підвищують прибутковість підприємства і швидкість зростання прибутку.

Міжнародна стратегія.

Фірми (компанії), що дотримуються міжнародної стратегії, прагнуть створити цінність, переносячи на іноземні ринки свої цінні навички та продукти, яких місцеві конкуренти не мають. Більшість міжнародних компаній (МК) при створенні цінності на нових зарубіжних ринках використовують товарні пропозиції, розроблені вдома. Фірми прагнуть централізувати функції розробки продукту на базовому підприємстві (наприклад, НДДКР). Проте вони, як правило, створюють виробничі й маркетингові функції в кожній країні, де роблять бізнес. Міжнародна стратегія має сенс тоді, коли фірма володіє цінними базовими знаннями, яких бракує місцевим конкурентам на зарубіжних ринках і, коли фірма стикається з незначною потребою реагувати на місцеві умови та зменшувати витрати (наприклад, “Microsoft”).

Мультиринкова стратегія.

Мультиринкові фірми добре адаптуються зі своєю товарною пропозицією та маркетинговою стратегією в різних національних

умовах. Крім того, вони переважно переносять увесь цикл створення цінності – включаючи виробництво, маркетинг та науково-дослідну діяльність – на кожен важливий національний ринок, де фірма робить бізнес. Але для багатьох мультиринкових фірм характерна високо витратна структура. Мультиринкова стратегія найбільш виправдовує себе за безперечної необхідності реагувати на місцеві особливості та незначної потреби у зменшенні витрат.

Глобальна стратегія – це зосередження на нарощуванні прибутковості завдяки зменшенню витрат, яке дають ефекти кривої досвіду та економія на місцезнаходженні. Ці фірми дотримуються стратегії низьких витрат. Фірми користуються перевагою у зменшенні витрат та задля підтримки агресивного методу ціноутворення на світових ринках. Ця стратегія є неадекватною за умови безперечної необхідності реагувати на місцеві особливості, але є найдоцільнішою за умови загальної необхідності зменшення витрат та за мінімальні потреби адаптування до місцевого попиту.

Транснаціональна стратегія

У сучасному середовищі конкуренція загострилася настільки, що задля виживання на глобальному ринку фірми змушені домагатися економії коштів на основі набутого досвіду, передавати базові знання в межах компанії, а водночас враховувати необхідність реагування на особливості місцевого попиту. Транснаціональна стратегія виправдана тоді, коли фірма відчує нагальну необхідність зменшення витрат і безперечну потребу реагувати на місцеві умови. Фірми намагаються одночасно зменшити витрати й домогтися диференціації продукції. На практиці такої стратегії дотримуватися нелегко. Потреби реагувати на місцеві умови та вимоги зменшення витрат означають для фірми взаємно протилежні дії.

Стратегічне планування – це процес визначення головних цілей міжнародної корпорації, ресурсів необхідних для їх досягнення, та політики, спрямованої на використання цих ресурсів. Стратегічне планування як центральний елемент стратегічного менеджменту охоплює етапи, що передують здійсненню стратегії та її оцінці.

Планування стратегії зовнішньоекономічної діяльності є підсистемою стратегічного управління і складовою процесу стратегічного планування, що відрізняється від планування стратегії тільки етапами реалізації і подальшої оцінки його обґрунтованості й ефективності. У зв'язку з цим правомірною є рівнозначність понять "планування стратегії" і "стратегічне планування".

Місія може бути визначена як концепція існування і розвитку організації. **Задача місії** - забезпечити фокус і напрямок діяльності.

Місія фірми - це головне її призначення, її особлива роль, чітко виражена причина її існування, які формують основні напрями її діяльності.

Аналіз зовнішнього середовища, підкріплений оцінкою стану підприємства, його можливостей і перспектив розвитку служить вихідною базою для урахування сильних і слабких сторін організації при розробці стратегії її поведінки на внутрішньому і зовнішньому ринках. Стан підприємства є оцінкою ситуації, що склалася на період розробки стратегії розвитку, і *мета аналізу* - це виявлення проблем і можливостей використання внутрішніх ресурсів і резервів.

Існують різноманітні класифікації видів зовнішньоекономічної діяльності, оскільки в різних випадках можуть використовуватися різноманітні критерії. Так, зовнішня торгівля може розглядатися з позицій напрямку ЗЕД (імпорт і експорт), а також із позицій предмета (товари, послуги) або ж регіональних особливостей (прикордонна торгівля) та засобу розрахунків (бартерні операції) та ін.

В число *основних видів ЗЕД* можна включити:

- міжнародну торгівлю;
- міжнародний лізинг;
- використання активів з-за кордону;
- контрактні форми ЗЕД;
- міжнародні інвестиції.

При проведенні міжнародного бізнесу компанії мають вибирати одну з різноманітних форм господарських операцій. Вибираючи, варто уважно розглянути власні цілі та оцінити ресурси, а також умови здійснення своєї діяльності.

Технологічна політика підприємства або організації - це набір принципів і дій (спосіб діяльності), на основі якого вибираються, розробляються і впроваджуються нові продукти і технологічні процеси.

Основні завдання технологічної політики фірми:

- моніторинг науково-дослідних досягнень у світі, а також загальних технологічних тенденцій;
- стимулювання постійного підвищення освітнього і кваліфікаційного рівня персоналу компанії;
- визначення факторів, сприяючих інноваціям (нововведенням);
- формування організаційної структури підприємства, найбільш сприятливої для здійснення безперервного інноваційного процесу, забезпечення мотивації персоналу;
- координація і досягнення погодженості дій різних

підрозділів компанії з проведення НДДКР.

Розвиток технологій - основна рушійна сила економічного зростання фірми.

Міжнародні корпорації в сучасному світі - найважливіший елемент розвитку світової економіки та міжнародних економічних відносин, їх бурхливий розвиток в останні десятиріччя відображає поглиблення міжнародного поділу праці й загострення конкуренції на світових ринках. Міжнародні корпорації з'являються як безпосередні учасники всього спектра світогосподарських зв'язків, як "локомотиви" світової економіки.

Технологічна політика підприємства або організації – це набір принципів і дій (спосіб діяльності), на основі якого вибираються, розроблюються і впроваджуються нові продукти і технологічні процеси.

Можна визначити наступні *основні задачі технологічної політики фірми*:

➤ моніторинг науково-дослідних досягнень у світі, а також загальних технологічних тенденцій;

➤ стимулювання постійного підвищення освітнього і кваліфікаційного рівня персоналу компанії;

➤ визначення факторів, що сприяють інноваціям (нововведенням);

➤ формування організаційної структури підприємства, найсприятливішої для здійснення безперервного інноваційного процесу, забезпечення мотивації персоналу;

➤ координація і досягнення узгодженості дій різних підрозділів компанії по проведенню НДДКР (науково-технічних досліджень і дослідно-конструкторських розробок).

Існують три такі закономірності сучасного технологічного розвитку:

- S-крива;
- розрив технологічного ланцюга;
- перевага «нападників».

У сфері міжнародних відносин виникнення економічних ризиків можливо як при звичайних комерційних операціях, так і при міжнародних інвестиційних і кредитних відносинах, пов'язаних з вкладенням капіталу і розміщенням фінансових (валютних) ресурсів. Таким чином, поняття невизначеності і ризику в найвищому ступені відносяться до сфери національного та міжнародного бізнесу. Менеджери кожної компанії повинні щодня приймати рішення про

продажі, покупки, організації роботи виробничих та інших підрозділів фірми. При цьому вони стикаються зі зміною кон'юнктури на ринках, діями конкурентів, зміною переваг споживачів, екологічними обмеженнями, традиціями і особливостями ведення бізнесу, специфікою національного і міжнародного законодавства і іншими факторами. Більш того, ускладнення господарської практики, експансія за межі національних кордонів робить критично важливим облік ризику і невизначеності в галузі міжнародного бізнесу.

Отже, під **ризиками міжнародного бізнесу** розуміються можливі несприятливі події, які можуть статися і в результаті яких потенційно можливе виникнення збитків, майнової шкоди для учасника зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Ризики, пов'язані із зовнішньоекономічною діяльністю, діляться на дві групи: внутрішні, або залежні від діяльності підприємства, і зовнішні, або незалежні від діяльності підприємства.

Ризики для покупця (кредитора) полягають у ймовірних втратах в результаті ризиків політичного чи економічного характеру в країнах, з яких або через які йде поставка товару. Однак чітку межу між цими двома ризиками провести вкрай важко, оскільки практично всі економічні ризики у тій чи іншій мірі можуть бути пов'язані з політичною обстановкою в країнах - учасницях міжнародних розрахунків. Здійснюючи міжнародні комерційні операції, необхідно ретельно зважувати ступінь ризику, що не завжди можливо. Економічні ризики в широкому сенсі можна підрозділити на торговельні та неторгові. До перших відносять ризики неплатежів та неналежного виконання контрактних зобов'язань, до других - валютні ризики.

Рівень ризиків в ЗЕД може змінюватися. На зростання ризиків впливають:

1. Раптове виникнення проблем (виробничих, політичних, соціальних).
2. Нереальність виконання поставлених задач у зв'язку зі змінами обставин.
3. Недосконале законодавство.
4. Відсутність додаткової інформації.

Управління ризиками направлено на зниження їх рівня. *Основними правилами управління ризиками в ЗЕД (зниження ризиків) є наступні:*

1. Не можна ризикувати більше, ніж це може дозволити власний капітал.
2. Необхідно думати про наслідки ризику.

3. Не можна ризикувати більшим заради малого.
4. Позитивне рішення про проведення зовнішньоекономічної операції приймається лише за відсутності суттєвих сумнівів.
5. За наявності суттєвих сумнівів приймається негативне рішення.
6. В будь-якій ситуації завжди шукати варто рішення, яке б задовольняло суб'єктів ЗЕД.

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Практичне заняття 1

Глобалізація економіки і управління міжнародним бізнесом

Мета заняття: закріпити та перевірити знання про сутність та характеристику міжнародного бізнесу, проаналізувати етапи розвитку міжнародного бізнесу. Зрозуміти поняття і сферу міжнародного бізнесу.

Рекомендована література:

1. Міжнародний бізнес: підручник. 2 видання.- К.: «Київський університет», 2009.
2. В.В. Черняк. Популярная история экономики и бизнеса. – Вече, М. 2002.
3. Р.Х.Франк. Микроэкономика и поведение. Учебник для вузов. М. Инфра, 2000.
4. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001.
5. Кредісов В.А. Підприємництво – вирішальний фактор розвитку країн з перехідною економікою. – К.: Знання України, 2003.
6. Горбач Л.М., Плотніків О.В. Міжнародні економічні відносини. – К.: Кондор, 2005.
7. Міжнародні економічні відносини. Навч. посібник. За ред. Ю.Г. Козака. К.:АРТЕК. 2002.
8. Девид Дж. Регмен, Майкл Х. Мескон и др. Современный бизнес. В 2-х томах. – Москва, „Республика”, 1995.
9. Пятницька Г.Т. Управління підприємством в епоху глобалізму. – Київ, „Логос”, 2006.
10. Липов В.В. Міжнародна економіка. Навчальний посібник. – Харків, „ІНЖЕК”, 2005.

Практичне заняття 2

Міжнародне середовище бізнесу

Мета заняття: закріпити та перевірити знання основних понять і сфери міжнародного бізнесу, зрозуміти сутність зовнішнього середовища міжнародного бізнесу, охарактеризувати політико-

правове середовище, виявити тенденції розвитку конкурентного середовища.

Рекомендована література:

1. Міжнародний бізнес: підручник. 2 видання. - К.: «Київський університет», 2009.

2. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001.

3. В.В. Черняк. Популярная история экономики и бизнеса. – Вече, М. 2002.

4. Приятельчук О.А. Формування та розвиток кроскультурного менеджменту (на прикладі міжнародних корпорацій): Монографія. – К., 2006.

Практичне заняття 3

Організаційно-правові форми міжнародного бізнесу

Мета заняття: закріпити та перевірити знання про основних суб'єктів міжнародного бізнесу, проаналізувати види міжнародних компаній. Проаналізувати концепцію життєвого циклу міжнародної організації: унітарна компанія, холдингова компанія, мультидивізійна компанія, перехідна компанія, змішана компанія

Рекомендована література:

1. Міжнародний бізнес: підручник. 2 видання.-К.:«Київський університет», 2009.

2. В. Базилевич, К. Базилевич, Л. Багастрик. Макроекономіка. Підручник. К. Знання, 2004.

3. Рут, Франклін Р., Філіпенко А.С. Міжнародна торгівля та інвестиції. К., Основи, 1998.

4. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001.

5. Транснаціональні корпорації: Навч. Посібник / В.Рокоча, О.Плотніков, В.Новицький та ін. – К.: Таксон, 2001.

6. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. Посібник / За ред. Д-ра екон. наук, проф. А.І.Кредісова. – 2-е вид., допов. – К.: ВІРА-Р, 2002.

7. Україна і світове господарство: Взаємодія на межі тисячоліть / А.С.Філіпенко, В.С. Будкін, А.С. Гальчинський та ін. – К.: Либідь, 2002.

8. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. – Харків, „ІНЖЕК”, 2004.

9. Рогач О. Транснаціональні корпорації в світовій економіці. – К.: Київський університет, 2005.

Практичне заняття 4 **Транснаціональні корпорації**

Мета заняття: закріпити та перевірити розуміння сутності корпорацій, проаналізувати місце ТНК в міжнародному бізнесі, охарактеризувати причини появи міжнародних компаній. Розглянути класифікацію ТНК за ступенем інтернаціоналізації та в залежності від принципів взаємовідносин материнської компанії з дочірніми підприємствами.

Рекомендована література:

1. Руденко Л. В. Транснаціональні корпорації: Навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. Киевский национальный экономический университет. – К., 2006.

2. Руденко Л. В. Транснаціональні корпорації: Навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2004.

3. Руденко Л. В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій. — К.: Кондор, 2004.

4. Рогач О. І. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій. — К.: Либідь, 2005.

5. Румянцев А. П., Климко Г. Н., Рокоча В. В. Міжнародна економіка. — К.: Знання, 2006.

6. Транснаціональні корпорації: навчальний посібник / В.Рокоча, Т65 О.Плотніков, В.Новицький та ін. - К.: Таксон, 2001.

Практичне заняття 5 **Іноземні інвестиції у світовій економіці**

Мета заняття: закріпити та перевірити знання основних понять про іноземні інвестиції у світовій економіці, ознайомитись з сучасними

поглядами на інвестування в бізнесі та зрозуміти місце інвестицій в міжнародному бізнесі.

Рекомендована література:

1. Шнирков О.І. Конкурентна політика Європейського Союзу К.: КНУ, 2003.
2. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001.
3. Даніель Жуано. Світова організація торгівлі. – К., 2006.
4. В.Є. Новицький. Міжнародна економічна діяльність України. Підручник. К., 2003.
5. Є.Г.Панченко. Міжнародний менеджмент. Навчально-методичний посібник. К., 2004.
6. О.Куниченко, І.Кавас, А.Ятченко. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. К. „Фінансист”, 2000.

Практичне заняття 6

Інтернаціоналізація малого та середнього бізнесу

Мета заняття: закріпити та перевірити знання про необхідність інтернаціоналізації малого та середнього бізнесу. розглянути проблему географічного положення компанії, ознайомитись з сучасними поглядами розвитку малого та середнього бізнесу в міжнародному бізнес середовищі.

Рекомендована література:

1. Руденко Л.В. Транснаціональні корпорації: Навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. Киевский национальный экономический университет. К., 2006.
2. Руденко Л.В. Транснаціональні корпорації: Навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2004.
3. Руденко Л.В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій. — К.: Кондор, 2004.
4. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій. — К.: Либідь, 2005.
5. Румянцев А.П., Климко Г.Н., Рокоча В.В. Міжнародна економіка. — К.: Знання, 2006.

6. Притикина О.Л. Навчальний посібник з курсу “Транснаціональні корпорації”. - Дн-ськ: РВВ ДНУ, 2003.

7. Транснаціональні корпорації: навчальний посібник / В.Рокоча, О.Плотніков, В.Новицький та ін. - К.: Таксон, 2001.

Практичне заняття 7

Види міжнародних стратегій

Мета заняття: закріпити та перевірити знання основних понять міжнародного бізнесу. Дати визначення поняттям «Міжнародний бізнес» і «міжнародний менеджмент». Охарактеризувати основні риси міжнародного бізнесу та конкурентні переваги міжнародного бізнесу, визначити завдання міжнародного стратегічного менеджменту.

Рекомендована література:

1. Є.Г.Панченко. Міжнародний менеджмент. Навчально-методичний посібник. К.2004.

2. Макогон Ю.В., Орехова Т.В. Международный менеджмент: Курс лекций. – Донецк: Дон НУ, 2003.

3. Родченко В.В. Международный менеджмент: Учеб. пособие. К.: МАУП, 2000. Транснаціональні корпорації: Навч. Посібник / В.Рокоча, О.Плотніков, В.Новицький та ін. – К.: Таксон, 2001.

4. Будзан Б. Менеджмент в Україні: Сучасність і перспективи. – К.: Вид-во Соломії Павличко „Основи”, 2002.

5. Кириченко О., Кавас І., Ятченко А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. К.: “Фінансист”, 2000.

6. Приятельчук О.А. Формування та розвиток кроскультурного менеджменту (на прикладі міжнародних корпорацій): Монографія. – К., 2006.

Практичне заняття 8

Стратегічне планування в міжнародних фірмах

Мета заняття: закріпити та перевірити знання основних понять стратегічного планування, ознайомитись з сучасними поглядами на проблеми стратегічного планування в міжнародному бізнесі.

Рекомендована література:

1. Шнирков О.І. Конкурентна політика Європейського Союзу К.: КНУ, 2003.
2. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001.
3. Даніель Жуано. Світова організація торгівлі. – К., 2006.
4. В.Є. Новицький. Міжнародна економічна діяльність України. Підручник. К. 2003.
5. Є.Г.Панченко. Міжнародний менеджмент. Навчально-методичний посібник. К.2004.
6. Калка Р., Мессен А. Маркетинг. М.: Финансы и статистика. 2004.
7. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг. – Київ, „Центр навчальної літератури”, 2005.
8. Новошинська Л.В. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник. Київ, „Центр навчальної дисципліни”, 2004.

Практичне заняття 9

Організація міжнародного бізнесу

Мета заняття: закріпити та перевірити знання основних видів міжнародної діяльності, ознайомитись з сучасними поглядами на Організаційну структура міжнародних корпорацій її місце в міжнародному бізнесі.

Рекомендована література:

1. Шнирков О.І. Конкурентна політика Європейського Союзу К.: КНУ, 2003.
2. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку: Пер. з англ.- К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001.
3. Даніель Жуано. Світова організація торгівлі. – К., 2006.
4. В.Є. Новицький. Міжнародна економічна діяльність України. Підручник. К. 2003.
5. Є.Г.Панченко. Міжнародний менеджмент. Навчально-методичний посібник. К.2004.
6. Калка Р., Мессен А. Маркетинг. М.: Финансы и статистика. 2004.
7. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг. – Київ, „Центр навчальної літератури”, 2005.

8. Новошинська Л.В. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник. Київ, „Центр навчальної дисципліни”, 2004.

Практичне заняття 10

Технологічна політика міжнародних корпорацій

Мета заняття: закріпити та перевірити знання основних понять технологічної політики, ознайомитись з сучасними поглядами на технологічну політику у в бізнесі та зрозуміти її місце в міжнародному бізнесі.

Рекомендована література:

1. Є.Г.Панченко. Міжнародний менеджмент. Навчально-методичний посібник. К.2004.

2. Макогон Ю.В., Орехова Т.В. Международный менеджмент: Курс лекций. – Донецк: Дон НУ, 2003.

3. Родченко В.В. Международный менеджмент: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2000. Транснаціональні корпорації: Навч. Посібник / В.Рокоча, О.Плотніков, В.Новицький та ін. – К.: Таксон, 2001.

4. Будзан Б. Менеджмент в Україні: Сучасність і перспективи. – К.: Вид-во Соломії Павличко „Основи”, 2002.

5. Рогач О.І., Шнирков О.І. Транснаціоналізація світового господарства та перехідні економіки: Навч. Посібник. К.: ВЦ „Київський держуніверситет”, 1999.

6. Кириченко О., Кавас І., Ятченко А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. К.: “Фінансист”, 2000.

7. Приятельчук О.А. Формування та розвиток кроскультурного менеджменту (на прикладі міжнародних корпорацій): Монографія. – К., 2006.

Практичне заняття 11

Управління ризиками в міжнародному бізнесі

Мета заняття: закріпити та перевірити знання основних понять та видів ризиків, ознайомитись з сучасними поглядами на управління ризиками в міжнародному бізнесі.

Рекомендована література:

1. Міжнародний бізнес: підруч. для студ. вищ. навч. закладів / В. А. Вергун, А. І. Кредісов, С. М. Березовенко [та ін.] ; КНУТШ. – 2-е вид., доп. та перероб. – К. : Київський університет, 2009.
2. Адаптація валютно-фінансових систем ризикових економік до світових інтеграційних процесів. Монографія / О.В. Плотніков, О.О. Сльозко, М.Ю. Рубцова. – К., 2011.
3. Гіл, Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Чарлз В.Л. Гіл; пер. с англ. - К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001.
4. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України. Підручник / В.Є. Новицький. - К., 2003.
5. Основи бізнесу: навч. посіб. / Я.С.Ларіна, С.В.Мочерний, В.М.Фомішина, С.І. Чеботар. – К.: Академія, 2009.
6. Рубцова М.Ю. Макроекономічна політика у відкритій економіці: Навч. Посібник / М.Ю. Рубцова, О.О. Сльозко. – К.: Освіта України, 2010.
7. Скібіцький О.М. Антикризовий менеджмент / О.М. Скібіцький. – К.: ЦУЛ, 2009.
8. Сучасний факторинг: ефективність торговельних операцій та управління корпоративними фінансами: навчальний посібник / О.І.Ступницький, В.М.Коверда. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010.
9. Шегда А.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління: Навч. Посібник / А.В. Шегда, М.В. Голованенко. – К.: Знання, 2008.

РЕКОМЕНДАЦІ ТА ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Виконання контрольної роботи є складовою частиною навчального процесу і показує, як студент засвоїв теоретичний та практичний матеріал з курсу.

Ціль контрольної роботи – закріплення та контроль знань, які набули студенти в процесі самостійного вивчення навчального матеріалу.

Контрольна робота складається з 5 теоретичних питань. Завдання до контрольної роботи розроблено в 30 варіантах, які розподіляються між студентами залежно від початкової букви їх прізвищ (див. табл. 1).

Номер варіанта	Початкові літери прізвища студента	Номери контрольних питань
1	А	1, 31, 61, 91, 121
2	Б	2, 32, 62, 92, 122
3	В	3, 33, 63, 93, 123
4	Г	4, 34, 64, 94, 124
5	Д	5, 35, 65, 95, 125
6	Е	6, 36, 66, 96, 126
7	Є	7, 37, 67, 97, 127
8	Ж	8, 38, 68, 98, 128
9	З	9, 39, 69, 99, 129
10	І	10, 40, 70, 100, 130
11	Ї	11, 41, 71, 101, 131
12	Й	12, 42, 72, 102, 132
13	К	13, 43, 73, 103, 133
14	Л	14, 44, 74, 104, 134
15	М	15, 45, 75, 105, 135
16	Н	16, 46, 76, 106, 136
17	О	17, 47, 77, 107, 137
18	П	18, 48, 78, 108, 138
19	Р	19, 49, 79, 109, 139
20	С	20, 50, 80, 110, 140
21	Т	21, 51, 81, 111, 141
22	У	22, 52, 82, 112, 142
23	Ф	23, 53, 83, 113, 143
24	Х	24, 54, 84, 114, 144
25	Ц	25, 55, 85, 115, 145
26	Ч	26, 56, 86, 116, 146
27	Ш	27, 57, 87, 117, 147
28	Щ	28, 58, 88, 118, 148
29	Ю	29, 59, 89, 119, 149
30	Я	30, 60, 90, 120, 150

Перелік питань для самоперевірки:

1. Міжнародний бізнес як сфера господарської діяльності.
2. Міжнародний бізнес як економічна категорія.
3. Міжнародний бізнес як наука: суть та функції.
4. Підприємництво та бізнес: спільне і відмінності.
5. Національний і міжнародний бізнес: спільне і відмінності.
6. Назвіть основні періоди розвитку міжнародного бізнесу.
7. Визначте основні цілі міжнародного бізнесу.
8. Яким чином культурні фактори впливають на міжнародний бізнес?
9. Яким чином політичні фактори впливають на міжнародний бізнес?
10. Яким чином економічні фактори впливають на міжнародний бізнес?
11. Яким чином технологічні фактори впливають на міжнародний бізнес?
12. Що являє собою міжнародний менеджмент?
13. Назвіть основні риси міжнародного бізнесу.
14. Сформулюйте основні завдання міжнародного менеджменту.
15. Назвіть основні періоди розвитку міжнародного бізнесу.
16. Визначте основні цілі міжнародного бізнесу.
17. Структура і зміст міжнародного економічного середовища.
18. Внутрішнє середовище міжнародного бізнесу.
19. Макро- і мікросередовище міжнародного бізнесу.
20. Інформаційне середовище.
21. Комунікаційне середовище.
22. Модель середовища міжнародного бізнесу - макрорівень.
23. Модель середовища міжнародного бізнесу - мезорівень.
24. Модель середовища міжнародного бізнесу - мікрорівень.
25. Загальний підхід до дослідження міжнародного середовища.
26. Організація досліджень міжнародного економічного середовища.
27. Інформаційне середовище міжнародного бізнесу.
28. Комунікаційне середовище міжнародного бізнесу.
29. Мотивація міжнародного бізнесу: розширення збуту, придбання ресурсів і диверсифікація джерел постачання і збуту.
30. Засоби досягнення цілей: операційні та функціональні.
31. Зовнішнє середовище міжнародного бізнесу.

32. Політико-правове середовище.
33. Тенденції розвитку конкурентного середовища.
34. Адаптація підприємства до іноземного середовища.
35. Класифікація рівнів економічного розвитку.
36. Визначення торговельних партнерів.
37. Теорія подібності країн.
38. Відмінності країн у торговельних зв'язках.
39. Незалежність та взаємозалежність підприємств: експортні та імпорتنі можливості.
40. Поняття суб'єктів міжнародного бізнесу та критерії їх класифікації.
41. Фірми, банки, страхові і трастові компанії, інвестиційні структури як домінуючі суб'єкти міжнародного бізнесу.
42. Форми організації підприємств.
43. Індивідуальні, партнерські, акціонерні підприємства, їх переваги і недоліки.
44. Суть корпорацій, їх місце і роль в системі міжнародного бізнесу.
45. Види корпорацій. Форми об'єднань корпорацій.
46. Транснаціональні корпорації (ТНК) як суб'єкти міжнародного бізнесу.
47. Правові особливості діяльності міжнародних корпорацій.
48. Бізнес ТНК в Україні.
49. Сучасні концерни, конгломерати, диверсифікати та фінансово-промислові групи.
50. Види міжнародного бізнесу, критерії поділу бізнесу.
51. Основні і забезпечуючі зовнішньоекономічні операції.
52. Купівля-продаж у зовнішній торгівлі: експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт.
53. Зустрічна торгівля: бартер, зустрічні закупки, операції з давальницькою сировиною, викуп застарілої продукції.
54. Ліцензійні угоди: правові особливості.
55. Предмет ліцензійної угоди: патенти, ноу-хау, торгова марка, промисловий зразок.
56. Види ліцензій: проста, виняткова, повна.
57. Ціна ліцензії та її чинники.
58. Оренда в зовнішньоекономічній діяльності.
59. Особливості міжнародного лізингу.
60. Підрядні операції.
61. Виробнича кооперація.
62. Тенденції і проблеми розвитку малого і середнього бізнесу.

63. Зовнішня торгівля як історично перша форма міжнародного бізнесу.
64. Міжнародна інвестиційна діяльність як форма бізнесу.
65. Багатонаціональні корпорації.
66. Транснаціональні корпорації.
67. Організаційна структура управління міжнародними компаніями.
68. Стратегія міжнародного бізнесу.
69. Кадрова політика в міжнародному бізнесі.
70. Стратегічне планування і контроль у ТНК.
71. Інноваційна діяльність ТНК.
72. Управління фінансами і інвестиціями в ТНК.
73. Міжнародний рух капіталу та його форми.
74. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) та їх роль у структурі закордонного інвестування.
75. Україна на ринку міжнародних інвестицій.
76. Загальні передумови розвитку міжнародної інвестиційної та виробничої діяльності.
77. Вивіз капіталу як фактор інтенсифікації міжнародної інвестиційної і виробничої діяльності.
78. Організаційно–правові і економічні форми створення і функціонування СП.
79. Назвіть основні причини вивезення капіталу.
80. Охарактеризуйте форми та методи вивезення капіталу.
81. Поясніть значення вивезення капіталу для розвитку світового господарства.
82. Причини інтернаціоналізації бізнесу.
83. Географічне положення компанії.
84. Географічні аспекти витрат виробництва.
85. Географічна нерівномірність технологічного розвитку.
86. Систематизація причин інтернаціоналізації бізнесу: ринки, технології, виробничі ресурси, конкуренція, фактор часу, швидкість реагування.
87. Моделі інтернаціоналізації бізнесу. Модель Йохансона (1975р.).
88. Моделі Білки (1977р.), Кавугсіла (1980р.), Зінкоти, що відображають домаркетинговий період інтернаціоналізації бізнесу.
89. Моделі маркетингового періоду інтернаціоналізації бізнесу.
90. Мотивація міжнародного бізнесу.
91. Особливості сучасного розвитку світосподарських зв'язків, що сприяють інтернаціоналізації діяльності фірми.

92. Розвиток технологій і спеціалізація кооперацій.
93. Початок процесу інтернаціоналізації компанії.
94. Стратегічне планування в діяльності ТНК та стратегічні профілі їх діяльності.
95. Прийняття рішень та організаційний розвиток ТНК.
96. Ключові проблеми міжнародного менеджменту.
97. Національні стереотипи в діяльності міжнародного менеджера.
98. Суть брендингу.
99. Становлення глобального менеджменту.
100. Особливості міжнародного середовища в Україні.
101. Зміст і послідовність стратегічного планування.
102. Розробка стратегії поведінки корпорації на міжнародному ринку.
103. Процес стратегічного планування.
104. Місія і цілі корпорації.
105. Аналіз зовнішнього середовища.
106. Аналіз сильних і слабких сторін організації.
107. Основні види міжнародної діяльності.
108. Регулювання міжнародної діяльності.
109. Чинники управління міжнародною діяльністю.
110. Організаційна структура міжнародних корпорацій і культура їх діяльності.
111. Мета створення міжнародної корпорації.
112. Напрями допомоги міжнародних корпорацій.
113. Суть проектів і політики міжнародних корпорацій.
114. Сутність маркетингових досліджень.
115. Об'єкти досліджень.
116. Сучасна цінова стратегія фірми.
117. Ціни зовнішньоторгових контрактів і методики їх розрахунку.
118. Навіщо потрібний фінансовий аналіз інвестиційного проекту?
119. Які коефіцієнти необхідні для оцінки прибутковості проекту?
120. Які коефіцієнти використовуються для аналізу ефективності використання активів підприємства?
121. Які коефіцієнти використовуються для аналізу ліквідності проекту?
122. Які коефіцієнти використовуються для аналізу структури капіталу підприємства, що реалізує інвестиційний проект?

123. Які методи оцінки ефективності капіталовкладень найпоширеніші ?
124. Чому при аналізі проекту необхідно враховувати часовий чинник?
125. Які чинники впливають на вартість грошей найбільше?
126. Значення основних понять транснаціонального бізнес-права.
127. Правові ознаки транснаціонального бізнес-права.
128. Основні етапи розвитку міжнародного бізнесу.
129. Проаналізувати адаптацію підприємства до іноземного середовища.
130. Визначити торговельних партнерів для України.
131. Розглянути теорію подібності країн, проаналізувати відмінності країн у торговельних зв'язках.
132. З'ясувати поняття організаційно-правових форм міжнародного бізнесу.
133. Охарактеризувати основні відмінності міжнародних корпорацій на конкретних прикладах.
134. Провести порівняння типології міжнародних компаній.
135. Проаналізувати сучасні тенденції інвестування в бізнесі.
136. Вивчити основні напрямки активізації іноземного інвестування в Україну.
137. Проаналізувати сутність і роль прямих іноземних інвестицій у світовій економіці.
138. Проаналізувати причини інтернаціоналізації малого та середнього бізнесу.
139. Охарактеризувати основні етапи розвитку малого та середнього бізнесу в Україні.
140. Розглянути стратегічні напрямки розвитку транснаціонального бізнес-права.
141. З'ясувати значення основних понять організації міжнародного бізнесу з точки зору правового регулювання.
142. Розглянути основні види міжнародної діяльності.
143. Проаналізувати природу та сутність бізнес-ризиків.
144. Охарактеризувати основні види організаційної структури міжнародних корпорацій.
145. З'ясувати значення основних видів ризиків в міжнародному бізнесі.
146. З'ясувати значення основних понять технологічної політики.
147. Проаналізувати три закономірності сучасного

технологічного розвитку.

148. Охарактеризувати передумови виникнення ризиків для міжнародного бізнесу.

149. Транснаціональний бізнес: основні фактори ризиків та їх функції.

150. Транснаціональний бізнес: сутність правового забезпечення.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Міжнародний менеджмент: підручник / М.П.Бутко, І.М.Бутко, М.Ю.Дітковська та ін.; за заг. ред. М.П.Бутка. – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 412 с.
2. Міжнародні економічні відносини та менеджмент в умовах посилення глобалізаційних процесів. Навчальний посібник / Під ред. М.Бутко, С.Шкарлет. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 528 с.
3. Корнєєв Ю.В. Підприємницьке право України. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 120 с.
4. Дахно І.І., Алієва-Барановська В.М. Міжнародне економічне право – 2. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 368 с.
5. Чарлз В.Л. Гіл. Міжнародний бізнес. Пер. з англ. / Чарлз В.Л. Гіл. – К., 2014. – 850 с.
6. Л.Гацька, М.Півторак, П.Юхименко. Міжнародний менеджмент: підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 488 с.
7. Стратегія економічного розвитку в умовах глобалізації / за ред. Д.Г.Лук'яненка. – К.: КНЕУ, 2015. – 540 с.
8. Хазбулатов Р.И. Международные экономические отношения. Учебник. – М., 2012. – 520 с.
9. Майер Дж., Олесневич Д. Міжнародне середовище бізнесу / Пер. з англ. – К., Либідь, 2002. – 703 с.
10. Родченко В.В. Международный менеджмент. Учебное пособие. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.
11. Hodgetts Richard M., Luthans Fred. International Management. Culture, Strategy and Behavior. Fifth Edition. New York: McGraw-Hill Irwin, 2003. 828 p.
12. Gullen John B., Parboteeah K. Praveen. Multinational Management. A Strategic Approach, 4th Edition. OH, Mason: South Western: Thomson, 2008. 816 p.
13. Формирование малых и средних ТНК в мировом хозяйстве // Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.econgood.ru/ecogols-369-1.html>.
14. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського // Електронний ресурс. – Режим доступа: <http://nbuv.gov.ua>.
15. Офіційний сайт Global Policy Forum // Електронний ресурс. – Режим доступа: <https://www.globalpolicy.org>.
16. UNCTAD publications on multinational corporations // Электронный ресурс. – Режим доступа:

<https://web.archive.org/web/20060909191922/http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=2095&lang=1>.

17. Multinational corporation (MNC) // Электронный ресурс. – Режим доступа:

<https://web.archive.org/web/20080723051436/http://www.investmentsandincome.com/investments/multinational-corporation.html>.

18. Multinational Enterprises and Enterprise Engagement Unit (MULTI) // Электронный ресурс. – Режим доступа:

<http://www.ilo.org/empent/units/multinational-enterprises/lang--en/index.htm>.