

УДК 339.92

Шутаева Е.А.

ИНОСТРАННЫЕ КОРПОРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

1. ВВЕДЕНИЕ

До недавнего времени существование международных корпораций было характерной особенностью промышленно развитых стран, но сегодня процесс их функционирования охватил весь мир. Накопив существенную мощь в пределах национальной экономики, корпорации пытаются активно воспроизводить на международном уровне приобретенную практику хозяйствования и управления. Причиной этого является естественный процесс развития и роста ведущих производителей, который ограничивается национальными границами. Преодоление этих ограничений происходит в виде интернационализации, распространения деятельности в международном масштабе.

Международное производство дает корпорациям возможность преодолевать ограниченность внутреннего рынка отдельных стран, добиваться повышения размеров предприятий и крупносерийности выпускаемой продукции до наиболее эффективного уровня, максимально использовать выгоды международной специализации и кооперации производства, человеческие и природные ресурсы, научно-технический потенциал других стран. На рубеже третьего тысячелетия международное производство превратилось во все более весомый элемент мирового хозяйства.

В условиях интеграции Украины в мировое экономическое и информационное пространство создание в Украине филиалов иностранных корпораций является объективной необходимостью. В связи с чем особую актуальность приобретает не только изучение теоретических основ и основных направлений деятельности международных корпораций, но и анализ современных стратегий и выявление на его основе особенностей деятельности иностранных корпораций на территории Украины.

Феномен деятельности международных корпораций рассмотрен не только в работах зарубежных и российских авторов: Джона Д. Дэниелса [1], Мовсеяна А.Г. [4], Попова В.М. [3], но и отечественных - Рокоча В.В. [5], Новицкого В.Е. [2] и др.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель данного исследования - рассмотреть основные направления деятельности международных корпораций, учитывая влияние информационных технологий на стратегию организации коммерческой деятельности на иностранных рынках, а также выявить особенности деятельности иностранных корпораций, действующих на территории Украины.

III. РЕЗУЛЬТАТЫ

ИНОСТРАННЫЕ КОРПОРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

В условиях глобализации корпорации стремятся выйти за пределы национальных границ и в максимальной степени использовать выгоды международной кооперации и интеграции. Это обусловило появление таких понятий, как «международные корпорации», «транснациональные корпорации», «глобальные компании» и т.д. До настоящего времени в экономической литературе существуют различные точки зрения по поводу взглядов на принадлежность той или иной компании к ТНК. По мнению российских экономистов, ТНК является одним из видов международных корпораций - формы организации крупной компании, осуществляющей прямые инвестиции в различные страны. Так, Мовсесян А. Г. выделяет два вида международных корпораций [4]:

- Транснациональные корпорации (ТНК) – головная компания принадлежит одной стране, а прямые инвестиции осуществляются во многие страны мира.

- Многонациональные корпорации (МНК) – головная компания принадлежит капиталу двух или более стран, прямые инвестиции также проводятся по всему миру.

В западной экономической литературе можно встретить множество определений международных монополий: многонациональные корпорации, интернациональные корпорации, транснациональные компании, глобальные компании и др. Американский маркетолог Ф. Котлер по организационным принципам выделяет именно эти четыре типа международных компаний [2].

Корпорацией в США называют акционерное общество, а поскольку большинство современных транснациональных корпораций возникли в результате международной экспансии американских компаний, этот термин вошел в их определение. В зависимости от того, где корпорации занимаются бизнесом, выделяют:

- иностранные корпорации – действуют в США, но зарегистрированы в другой стране;

- неместные корпорации зарегистрированы в одном штате, а занимаются бизнесом в нескольких других штатах;

- местные корпорации занимаются бизнесом только в том штате, где они получили лицензию.

С точки зрения Организации экономического сотрудничества и развития, транснациональная корпорация – это группа компаний частной, государственной или смешанной форм собственности, которые находятся в разных странах, при этом одна или более из этих компаний могут существенно влиять на деятельность других, особенно в сфере обмена знаниями и ресурсами.

Транснациональные корпорации во все большей степени становятся определяющим фактором для решения судьбы той или иной страны в международной системе экономических связей. Активная производственная, инвестиционная, торговая деятельность ТНК позволяет им выполнить функцию международного регулятора производства и распределения продукции и даже, как считают эксперты ООН, содействовать экономической интеграции в мире. Вместе с тем речь не идет о движении к полной интеграции мировой экономики под руководством транснациональных корпораций. В действительности деятельность

ТНК ведет к интеграции, интернационализации только в тех рамках и границах, которые определены получением максимальной прибыли.

Как правило, ТНК осуществляют капиталовложения в отрасли обрабатывающей промышленности новых индустриальных стран и относительно развитых и развивающихся государств. В этом случае идет конкурентная борьба за инвестиции между странами — получателями капитала. Для беднейших стран политика иная: транснациональные корпорации считают целесообразным осуществлять там капиталовложения в добывающую промышленность, но главным образом наращивать товарный экспорт. В этом случае разворачивается жесткая конкурентная борьба между самими ТНК за продвижение своих товаров на местные рынки. По отношению к странам Центральной и Восточной Европы, в том числе и к Украине, транснациональные корпорации в 90-е гг. осуществляют сходную стратегию. На первом этапе - товарная экспансия, а затем активная инвестиционная деятельность. Такая схема действий фактически является реализацией основных принципов традиционного международного маркетинга.

Выходя за пределы национальных рынков, корпорации преследуют цель получения доступа к более дешевым природным, трудовым ресурсам и новым знаниям и технологиям. Так, выделяют корпорации, для которых приоритетным фактором являются природные ресурсы.

В историческом развитии международного бизнеса важную роль сыграли компании, занимавшиеся освоением природных ресурсов. В большинстве случаев они начинали с импорта сельскохозяйственных продуктов и минерального сырья, потом перешли к организации их иностранного производства и сбыта, что повлекло за собой установление контроля над горнодобывающей и нефтяной промышленностью, а также над сельским хозяйством и было тесно связано с системой колониализма. Сырьевая и добывающая отрасли всегда капиталоемки. В настоящее время они требуют еще больших и длительных инвестиций, в силу чего уйти из них труднее, чем из промышленного производства. Данное обстоятельство заставляет инвесторов особенно остро реагировать на политические изменения, неблагоприятные подвижки в налоговой и правовой сферах, а в последнее время – на мероприятия по охране окружающей среды. Следствием распада колониальных империй стали усилия правительств новых государств по установлению контроля над национальными природными ресурсами путем экспроприации и национализации собственности. Некоторые из них стремились увеличить доходы за счет организации у себя отдельных стадий первичной переработки сырья. Это изменило условия функционирования ТНК. В ряде случаев последние утратили прямой контроль над добычей, но их господствующее положение в сфере международных продаж в основном укрепилось, так как транспортировка, большая часть технологических переделов переработки и продажа по-прежнему контролировались ими. Они также обладали значительным весом на товарных биржах и в создании материальных запасов. В 90-е годы на стратегию этой группы ТНК повлиял ряд факторов: прежде всего спрос, цены, научно-технические достижения и тенденции, конкуренция. В целом они имеют хорошие перспективы,

ИНОСТРАННЫЕ КОРПОРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

поскольку природные ресурсы распределены в мире неравномерно: более половины стран мира и 2/3 промышленных мощностей зависят от импорта материалов. Причем влияние ТНК на территориальное размещение производительных сил становится все более сложным ввиду сочетания конгломерации и вертикальной интеграции.

Стремление заполучить дешевую и квалифицированную рабочую силу всегда служило важным стимулом для иностранных инвестиций, как потенциальный источник значительной прибыли. В 90-е годы низкий уровень заработной платы притягивает очень многих иностранных инвесторов. Одна из причин заключается в том, что в развитых странах во многих отраслях значимость заработной платы как фактора издержек постоянно растет. Он особенно важен в производстве традиционных товаров потребления (правда, эти отрасли не занимают первостепенное место в ПИИ). Развитие информационных услуг и образования позволило действующим в этом секторе ТНК сочетать высокоэффективные технологии, разрабатываемые в собственных странах, с дешевой и относительно квалифицированной рабочей силой других стран, что способствует снижению производственных затрат и значительно повышает производительность и прибыль. Компании, отдающие предпочтение странам с низким уровнем заработной платы, как правило, легко адаптируются и поэтому могут делать выбор из большого числа альтернатив. Они играют важную роль в интеграции менее развитых стран в мировую экономику. ТНК такого рода обычно обслуживают «материнский рынок» или же рынки других промышленно развитых стран. Местный рынок (на котором они осуществляют производство) по большей части для них не интересен. В некоторых случаях, когда необходимо обеспечить транспортировку больших объемов продукции и быстрое выполнение заказов, территориальная близость к рынкам сбыта может компенсировать высокие затраты труда. Другими факторами, предопределяющими инвестиционные решения и соразмерными по значению с уровнем заработной платы, являются надежность рабочей силы, гибкость рынка труда и способность правительства страны контролировать социальную напряженность. ТНК, использующие дешевую рабочую силу, в большинстве случаев стремятся поддерживать низкий уровень заработной платы. Однако спрос и традиции материнской компании требуют соблюдения стандартов качества. Инвестиции на это, как правило, тесно интегрированы в систему материнской компании. Например, американская корпорация Ford создала в 1994 г. международный центр по координации деятельности своих субпоставщиков во всем мире. Детали для определенных моделей она получает от 700 производителей. Трудосберегающая и капиталоемкая составляющие могут сочетаться в рамках общей стратегии компании. Так, в последнее время часто НИОКР и маркетинг концентрируются в инвестирующей структуре, а большая часть производства передается субпоставщикам из стран с низким уровнем заработной платы. На американской фирме Nike с ее ежегодным оборотом 4 млрд. долл. в сфере НИОКР, продаж, организации и управления занято 9 тыс. человек, в то время как 75 тыс. работают на компанию косвенно, через субпоставщиков.

Технология является ключевым, наиболее значимым фактором международного разделения труда. На переднем плане здесь находятся ведущие промышленно развитые страны и их ТНК – основной источник новых технологий. Технологичность и приспособленность к внедрению инноваций выступают ведущими направлениями конкурентной борьбы, они активно влияют на стратегию компаний. Однако последствия научно-технического развития для международного разделения труда, особенно применительно к ТНК, существенным образом отличаются от тех, которые вызывают другие факторы. Транснациональные корпорации – важная составная часть международной иерархии в НИОКР, потому что для них проще доступ к финансовым ресурсам. Они обладают способностью охватить международный рынок научно-технических кадров, организовать НИОКР и применить технологические знания в глобальном масштабе. Стратегия завоевания технического лидерства в международном масштабе, как правило, требует высоких затрат на НИОКР, концентрации ресурсов и интеграции смежных видов услуг, а подчас и поглощения конкурентов. ТНК в большинстве случаев предпочитают удерживать в рамках материнских структур не только самые существенные производственные мощности по изготовлению инновационной продукции, оборудование, определяющие технологический процесс, но и выпуск новой продукции и как можно более длительный сбыт своих инноваций. Однако в условиях конкурентного мира, при конвергенции мощностей НИОКР и существовании опасности подделки или кражи интеллектуальной собственности эта политика оказывается недостаточной. Для удержания лидерства необходимо постоянно наращивать и совершенствовать инновационные возможности. Чем выше наукоемкость продукции и технологических процессов, тем больше усилий требуется для этого. Основной формой передачи технологии в рамках системы ТНК остается снабжение собственных компаний практически всей необходимой документацией из центра. Исследовательская работа организована преимущественно так, что лишь определенные её этапы осуществляются за границей, большая же часть, особенно стратегически значимые элементы, НИОКР по-прежнему выполняются в стране размещения материнской компании.

В современных корпорациях давно уже превалирует сетевая организация с базами транснационального капитала и узлами управления в крупных городах разных стран. Такая организация при сохранении единства управления стала возможной только благодаря новым сетевым компьютерным технологиям. Развитие мировых коммуникационных систем и глобальных ТНК с сетевой структурой управления проходило параллельно, и эти процессы, безусловно, взаимодополняли и стимулировали друг друга. Технологическое развитие и образование на его основе нового всемирного информационно-финансового пространства создало возможность сетевой организации ТНК, свободного перемещения транснационального капитала и создания всемирной экономической паутины переплетения сетей управленческих структур глобальных корпораций и информационных связей, материальным отображением которых явилась знаменитая Всемирная паутина.

ИНОСТРАННЫЕ КОРПОРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Новые информационные технологии существенно изменили организацию и стратегию самих ТНК. Производственные подразделения ТНК и далее будут укрупняться и выноситься в страны с дешевой рабочей силой. Значительные изменения происходят и в других звеньях ТНК. Научно-конструкторские подразделения имеют тенденцию к рассредоточению по разным странам, поскольку связь через Интернет позволяет координировать работу ученых и проектировщиков независимо от расстояния. Стратегический маркетинг по-прежнему сосредоточен в штаб-квартире, но подразделения по продвижению товаров на рынки почти полностью переключаются на работу в Интернете. Электронная поставка товаров, услуг, ремонтных работ, запасных частей и техобслуживания потребует принципиально иной организации. Она потребует и изменения стиля управления. Если сейчас поставка в большинстве корпораций имеет вспомогательный характер, то в электронной коммерции она может стать единственной сферой, в которой одна компания будет действительно отличаться от другой. Ее скорость и качество станут решающими факторами конкурентоспособности ТНК.

В электронной коммерции покупатель не знает и не желает знать, где находится продавец. А продавец, в свою очередь, не знает и не желает знать, откуда поступают заказы на его товар. Если покупка представляет собой программный продукт, информацию или услугу, проблемы с поставкой нет. Товар мгновенно перебрасывается по сети, где и происходит окончательный расчет. Однако физический товар - книги, автомобили, продукты - необходимо доставить покупателю. В данном случае победит тот, кто лучше организует доставку. Уже сейчас ТНК могут организовать поставки на разнообразных рынках, не присутствуя там физически.

В электронной коммерции впервые в истории делового мира происходит разделение продажи и покупки. Продажа завершается только тогда, когда купленное будет доставлено, и не раньше, чем покупатель будет удовлетворен ею. И в то время, когда электронная продажа требует централизации, поставка должна быть полностью децентрализована. Она должна в конечной инстанции производиться в месте нахождения покупателя, быть детальной и точной. Точно так же, как электронная коммерция разделяет продажу и покупку, она разделяет производство и продажу. В электронной коммерции производство становится снабжением. Нет абсолютно никаких оснований для того, чтобы электронная торговая фирма ограничивалась поставкой на рынок и продажей товаров или марок какого-то одного производителя. Сила электронной коммерции заключается именно в том, что она предлагает заказчику полный спектр товаров, кто бы их ни производил. В традиционных хозяйственных структурах она все еще рассматривается и организуется как центр затрат, который работает по принципу «Продаем то, что производим». Электронные торговые компании работают под вывеской «Продаем то, что можем поставить».

Особую роль новые информационные технологии играют в условиях быстрого уменьшения жизненного цикла продукта. В 70-е годы жизненный цикл составлял десятилетия. В конце 80-х гг. для огромного множества изделий он составлял уже

всего лишь несколько лет, а в 90-е гг. по многим товарам сократился до месяцев, а в 21 веке – до нескольких недель. Интернет-технологии позволяют по-новому выстраивать отношения корпорации с заказчиками. Исследования показывают, что средняя западная фирма теряет в течение каждых пяти лет около половины своих заказчиков. Ключевую роль играет тот факт, что поиск новых заказчиков обходится в среднем в 5-10 раз дороже, чем сохранение уже имеющихся. По этой причине усилия фокусируются на более плотной работе с уже имеющимися заказчиками, и на этой основе происходит снижение сбытовых издержек.

Иностранные корпорации используют различные способы организации своей деятельности: традиционные способы ведения бизнеса (оптовая и розничная продажа) и нетрадиционные (прямые продажи и электронная коммерция). При выборе способа продвижения товара иностранные корпорации учитывают специфические условия рынка того региона, в котором планируют работать. Такие корпорации, как Procter&Gamble и Coca-Cola, производящие потребительскую продукцию, применяют в Украине такой метод реализации своей продукции, как вэн-селлинг. Данный метод хорошо зарекомендовал себя во всех странах Восточной Европы, Турции, Китае, Северной Африке. В вышеперечисленных регионах можно выделить такие общие черты, как большое количество мелких розничных точек и невысокий уровень жизни населения (не все владельцы розничных точек могут вовремя и в полном объеме рассчитываться за товары с поставщиками). Так как украинский рынок обладает подобными характеристиками, вэн-селлинг хорошо зарекомендовал себя в Украине. Ключевым элементом является «вэн» - автомобиль в виде небольшого грузовика, оснащенный компьютером, кассовым аппаратом и другим необходимым торговым оборудованием. Схема продаж следующая. «Вэн» загружается товаром, торговые представители подъезжают к городским точкам розничной торговли. Непосредственно на месте проводятся переговоры, и, если клиент изъявляет желание, тотчас же оформляются все необходимые документы и производится отгрузка товара. В конце рабочего дня экипаж возвращается на склад, где производится переучет и подготовка к следующему дню. Основное преимущество данной организации продаж – высокая оперативность. Товар не залеживается на складах, он почти сразу попадает в розничную торговлю, причем именно в те торговые точки, где его реализация наиболее эффективна.

Coca-Cola, в отличие от Procter&Gamble, едет к торговым точкам не с вэном, а заблаговременно посещает места сбыта и заключает договора о сотрудничестве. В настоящее время напитки компании продаются в 155 странах мира, во многих из них она является ведущим поставщиком.

В Украине также функционируют ТНК в автомобильной промышленности. Так, компания «Форд Мотор» (США), основанная в 1903 году, специализируется на производстве легковых и грузовых автомобилей, деталей узлов и приспособлений к ним. Фирма производит автомобили в Германии, Великобритании, Испании, Бразилии, Австралии, Мексике, Аргентине, ЮАР. Компания также выпускает колесные тракторы, аэрокосмическое оборудование, коммуникационные и электронные системы, оборудование для государственных учреждений и

ИНОСТРАННЫЕ КОРПОРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

промышленности. Компания принадлежит ведущей автомобильной корпорации «Дженерал Моторз». Японские корпорации представлены в Украине Toyota Motor и Nissan. Toyota Motor является ведущей автомобильной компанией Японии и специализируется на производстве легковых и грузовых автомобилей, автобусов, автопогрузчиков, тракторов, смазочных масел, бытовых электротоваров. Компания имеет 10 производственных предприятий в Японии и 27 – в других странах. Среди корпораций, занятых в пищевой промышленности, в Украине наиболее известна швейцарская компания «Нестле», которую возглавляют два холдинга: «Нестле» и «Юнилак Инк». Фирма производит кофе, какао и другие напитки, шоколад, зерновые завтраки, рыбопродукты, детское питание, концентраты, молочные продукты, перерабатывает фрукты и овощи. Компания имеет 292 предприятия более чем в 50 странах, а также 728 сбытовых контор и оптовых складов. Корпорация «Филип Моррис», первая в США по производству и экспорту сигарет, также имеет свое представительство в Украине. До начала 70-х годов – традиционно табачная компания. В 1970 году компания поглощает крупную пивоваренную фирму «Миллер брюинг», а в 1978 – одного из крупнейших в мире производителей безалкогольных напитков – «7 UP», имеет пивоваренные заводы в семи штатах, а в шести – предприятия по изготовлению тары для пива. Производство безалкогольных напитков и их концентратов сосредоточено в основном в США и Канаде, а продаются они более чем в двадцати странах мира.

Среди международных корпораций, занятых в сфере услуг, можно выделить американскую страховую компанию American Life Insurance Company (ALICO), которая была основана в 1921 году и является частью ведущей международной холдинговой компании American International Group (AIG). Компании, входящие в состав AIG, предоставляют страховые и финансовые услуги более чем в 130 странах и юрисдикциях мира на протяжении 80 лет, а общая сумма активов превышает 678 млрд. долл. В свою очередь, дочерние компании и представительства ALICO предлагают широкий спектр продуктов страхования жизни и здоровья через сеть приблизительно 29 тыс. агентов и брокеров. ЗАО «Американская Компания Страхования Жизни АИГ» в Украине является дочерним предприятием компании ALICO. Компания была зарегистрирована в Украине в 2002 г. и получила лицензию Министерства финансов Украины на осуществление страхования жизни. Несмотря на небольшой период присутствия на украинском рынке страхования, фирма занимает одно из лидирующих мест в рейтингах компаний страхования жизни в Украине. Это стало возможным благодаря не только наибольшему среди компаний страхования жизни в Украине Уставному капиталу (7 миллионов долларов США), но и чрезвычайным объемам страховых продуктов компании.

В Украине также оперируют иностранные корпорации, использующие нетрадиционные способы ведения бизнеса, такие как прямые продажи и Интернет-торговлю. Одна из таких компаний известна под названием Alticor Inc. Alticor Inc. поддерживает своих партнеров, предоставляя эксклюзивные продукты, которые прошли проверку качества, многие из этих продуктов первыми появились на рынке с теми уникальными свойствами, которые впоследствии стали стандартом.

Наглядным примером служит применение биологически активных компонентов в бытовых моющих средствах. В компанию Alticor Inc. входят:

- Amway Corporation - одна из лидирующих мировых компаний прямых продаж, которая имеет филиалы в странах Европы, Азии, Центральной и Южной Америки, Карибского бассейна и Африки.

- Quixstar - Североамериканская Интернет - компания, цель которой – продажа продукции в режиме on-line и информирование о выгодах сотрудничества и владения бизнесом.

- Access Business Group – группа компаний, предоставляющих деловые услуги и специализирующихся на производстве и дистрибуции качественной продукции по всему миру как для корпорации, так и для не входящих в нее компаний.

Реализуемая продукция разрабатывается и производится Access Business Group, что обеспечивает общий контроль всех этапов процесса разработки продукта и соответствие его всем необходимым стандартам производства. Данный контроль обуславливает производство качественной продукции из качественных ингредиентов. Продукция соответствует определенным международным и национальным требованиям по составу, упаковке, маркировке и производству. Промышленно-регуляторный отдел рассматривает вопросы воздействия на окружающую среду как часть процесса регуляторной проверки. Его специалисты следят за соблюдением регулирующих требований и принимают активное участие в работе экологических комитетов в составе торгующих организаций. В составе этого подразделения работает более 150 технических специалистов-химиков, микробиологов и инженеров по качеству, отвечающих за проверку соответствия всех разработок и продуктов производства установленным стандартам. Ежегодно проводится свыше 500 тыс. тестов в целях последовательного сохранения высокого качества продукции.

Подразделение научных исследований Access Business Group объединяет более 450 специалистов, работающих в 65 лабораториях по всему миру. Подразделение имеет связи более чем с 75 университетами и 240 техническими консультантами во всем мире. Было опубликовано более 200 исследований, журнальных статей, плакатов, материалов презентаций для торговых и промышленных ассоциаций. За свою деятельность и успешную работу подразделение получило многочисленные награды, в частности за упаковку продукции, производственные инновации, качество и технологию изготовления продукции.

Всего в корпорации около 450 видов товаров: косметика, средства для ухода за домом, пищевые добавки, средства личной гигиены, а также продукция более 500 всемирно известных торговых марок, таких как Toshiba, Tefal, Grand Plaza, Adidas, Panasonic (30% своей продукции эти фирмы реализуют через сеть Amway). Качественный продукт и умело составленный бизнес-план компании позволили начать деятельность и закрепить свои позиции на рынке.

Примечательно, что корпорация до сих пор работает на всех завоеванных рынках. Их идеология – «Работать на всех рынках, на которые пришли», даже если рынок развивается медленно. На появление трудностей компания отвечает

ИНОСТРАННЫЕ КОРПОРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

введением новых продуктов и их продвижением. Рынок считается перспективным, если объем продаж ежегодно увеличивается на 10-20%. Хотя есть такие рынки, где прирост составляет 50% и даже 100%. Деятельность компании в Восточной Европе существенно отличается от Западной Европы и других регионов. В Америке бизнес корпорации ведется полностью через Интернет компанией «Quixstar». В Западной Европе и некоторых странах Восточной Европы нет специальных магазинов для дистрибьютеров – товар доставляется покупателю домой. Кроме традиционного способа продаж, торговля ведется через Интернет. Компания берет на себя расходы по доставке товаров прямо в руки потребителей. Но в странах Восточной Европы люди менее доверчивы, им важно посмотреть и пощупать товар. Поэтому в этих странах, включая и Украину, построены специальные магазины. Выход на восточноевропейские рынки стал возможным после политических и экономических изменений, которые произошли в 90-х гг. С тех пор индустрия прямых продаж, которую представляли Amway и другие компании, получила возможность развиваться в этих странах и способствовать укреплению их рыночной экономики. Это прежде всего рынок Венгрии, Польши, Словакии, Румынии, Хорватии, а сегодня и Украины.

IV. ВЫВОДЫ

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Иностранные корпорации, функционирующие на территории Украины, можно отнести к транснациональным. ТНК представляет собой управляемое из единого центра экономически целостное образование, состоящее из юридически обособленных предприятий (филиалов, представительств), размещенных на территории разных государств и осуществляющих свою деятельность согласно национальному законодательству этих государств, однако в соответствии с общей стратегией, разрабатываемой в едином центре.

2. Международные корпорации являются движущей силой ключевых процессов современной мировой экономики. Корпорации играют определяющую роль в процессе международной конкуренции, сотрудничая и соперничая с малым и средним бизнесом.

3. Выходя за пределы национальных рынков, корпорациям необходимо тщательно разработать стратегию деятельности на иностранном рынке, адаптировать товары и услуги к потребностям и вкусам местного населения с целью получения максимальной прибыли.

4. Новые информационные технологии существенно изменили организацию и стратегию ТНК. Интернет позволил развивать деятельность во всем мире, в любое время и любом удобном месте, существенно снизить издержки и предоставлять услуги на более высоком уровне. Это свидетельствует о том, что в будущем деятельность большинства иностранных корпораций в целях обеспечения конкурентоспособности будет базироваться на электронной коммерции.

5. В Украине также оперируют иностранные корпорации, использующие нетрадиционные способы ведения бизнеса, такие как прямые продажи и электронная коммерция.

Список литературы

1. Дэниелс Дж. Д., Радеба Л. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции: Пер. с англ. - 6-е изд. /Общ. ред. Л. И. Евенко. - М.: Дело, 1998.-784с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – 731 с.
3. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях / В.М. Попов, С.И. Ляпунов, С.Ю. Муртузалиева; Ред. В.М. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2001, - 380 с.
4. Мовсесян А. Г. Транснационализация в мировой экономике: Учеб. пособие. - М.: Финансовая академия при правительстве РФ, 2001.- 316с.
5. Транснаціональні корпорації: Навч. посібник /Рокоча В., О. Плотніков, В. Новицький та ін. - К.: Таксон, 2001.-304с.

Поступило в редакцию 04.12.2006 г.