

5. Самотоєнкова О. В. Інвестиційна діяльність в Україні: тенденції та перспективи. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. С. 1-9.

Татаринцева Ю.Л.

к. е. н., доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів,

Другова О.С.

к. е. н., доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів,

Заїченко І.М.

магістр кафедри міжнародного бізнесу та фінансів,

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,

м. Харків, Україна

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ РОЗШИРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Для компаній що мають тенденцію до зросту актуальною задачею є прийняття рішення щодо виходу на нові ринки. Рішення щодо розширення міжнародного бізнесу має враховувати загальний аналіз витрат і вигод для компанії, а також передбачати підготовку до нового рівня кадрової підтримки та адміністрування персоналу за призначенням. Як і при будь-яких змінах напряму або сфери бізнесу, при міжнародному розширенні слід враховувати як плюси, так і мінуси.

Аналізом даного питання займалися такі автори, як Сазонець О.М., Качан О.І. [1], Філіпенко А.С., Дзюба П.В. [2], Тищенко С.В. [3] та інші.

Метою дослідження є узагальнення переваг та недоліків перспективи розширення бізнес діяльності підприємств на закордонних ринках. Розглянемо переваги розширення міжнародного бізнесу:

1. Доступ до нових регіональних ринків товарів та послуг. Найбільш очевидною причиною міжнародної експансії є вихід на світовий ринок збуту товарів і послуг. Це особливо привабливо для компаній, які можуть знаходитись у менш розвинених ринкових регіонах, де зростання обмежене. Такі регіони, як Європейський Союз, з його підходом до країн-членів на відкритому ринку можуть запропонувати експоненціальні можливості для зростання на всьому ринку ЄС.

2. Розпізнавання бренду. Відкриття філій за кордоном може розширити впізнаваність торгової марки, щоб залучити нових клієнтів та встановити авторитет на ринку. Наприклад, вихід на такий ринок, як США, може означати значний приріст розпізнавання бренду, особливо для компаній з менш розвинених ринків.

3. Центри обслуговування споживачів. Компанії, що мають міжнародну клієнтуру, можуть створити регіональні центри обслуговування клієнтів для технічної та адміністративної підтримки. Створення власного сервісного центру в іноземному регіоні дозволяє компанії подолати різницю в часових поясах і мінімізувати затримки у відповідях. Крім того, найнявши місцевих робітників, які знають місцеву мову та місцеві звичаї, компанія може без жодних ускладнень обслуговувати своїх клієнтів з урахуванням культурних особливостей. Це дозволяє охопити ширшу міжнародну аудиторію.

4. Використання зон вільної торгівлі. Багато країн пропонують зони вільної торгівлі, щоб заохотити участь іноземних компаній у транспортних, складських або виробничих потужностях. Як приклад, Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ) мають зону вільної торгівлі та зручну для бізнесу податкову структуру, яка може забезпечити зручний доступ до ринків Близького Сходу без потреби місцевої більшості.

5. Диверсифікація ділового ризику. Якщо бізнес фірми стикається з важкими часами в одному місці, продовження діяльності в іншому зніме певний тиск. Бізнес-ризик стосується вірогідності, що операція може провалитися. Якщо фірма повністю залежить від однієї

країни, як з погляду пропозиції, так і з точки зору ринку, негативні економічні, політичні або стихійні лиха в цій країні можуть створити значні труднощі. Чим більше країн, у яких компанія присутня, тим більше злетів і падінь ділової активності стане згладженим та простішим в управлінні.

6. Економія витрат на масштабі. Працюючи в декількох місцях у компанії збільшиться кількість продуктів та матеріалів, необхідних для замовлення, що дозволить домовитись про зниження цін на зростаючі оптові покупки. По суті, існує обернено пропорційне співвідношення між розміром операції фірми та її витрат на товар.

7. Зниження залежності від тенденцій зміни вподобань. Жоден бізнес не хоче опинитися в ситуації усвідомлення того, що його основний продукт або послуга вийшли з моди. Присутність у більш ніж одній країні може допомогти компанії подолати тенденцій зміни вподобань, моди та примх - продукт чи послуга, які застаріли в одному місці, все ще можуть стати сильними в іншому.

8. Підвищення довіри споживачів. Клієнти підвищать довіру до компанії, якщо у неї є зареєстрований, локалізований офіс або магазини в країні - особливо, якщо після продажний сервіс є важливим чинником у відповідній галузі.

9. Доступ до нових талантів. Успіх компанії залежить від персоналу, його професіоналізму, вмотивованості, від дій та рішень які ним втілюються. Розширення міжнародного бізнесу може надати доступ до талановитих, неоцінених нових співробітників та ділових партнерів, які виведуть підприємство на новий рівень.

Окрім того, що існує великий спектр переваг розширення міжнародного бізнесу, компанії стикаються з проблемами при виходу на закордонні ринки. Розширення за кордоном може принести багато користі, проте необхідно обґрунтувати ключові виклики, з якими може зіткнутися фірма, коли виводить свій бізнес на глобальний рівень. Розглянемо основні недоліки розширення міжнародного бізнесу:

1. Вартість створення та припинення діяльності суб'єкта господарювання. Незалежно від того, чи планує фірма довгострокове розширення, чи просто тестує ринок, їй потрібно підготуватися та врахувати всі витрати, що пов'язані із реєстрацією суб'єкта підприємницької діяльності. Для законної та злагодженої роботи за кордоном фірмам може найняти юристів, місцевих податкових бухгалтерів та міжнародних експертів з персоналу.

2. Жорсткіші правила імміграції. Завдання створення філії та призначення персоналу може бути складним з точки зору імміграційних правил для довгострокового виїзду та працевлаштування працівників із країни базування. Фірма можуть стикнутися із суворим урядовим переглядом заявок на отримання дозволів на роботу для будь-якого призначеного керівництва або працівників.

3. Складності найму персоналу у новій країні. Найм міжнародних співробітників вимагає нового рівня підтримки та управління персоналом. Якщо у фірми немає власних можливостей, їй потрібно буде замовити аутсорсинг. Правила ведення бізнесу та зайнятості можуть відрізнятися, ніж у країні базування. Тому важливо, щоб фірма стала партнером міжнародного експерта з персоналу, який забезпечить працівникам легальність та відповідність роботи.

4. Складності міжнародної логістики. Неминучим наслідком будь-якого розширення бізнесу є те, що багато логістичних міркувань швидко ускладнюються питаннями про те, як ефективно обробляти зв'язок та організувати доставку товарів. Звичайно, доставка з однієї країни в іншу може зайняти багато часу, і необхідно планувати дії у разі затримок. Іншим чинником є те, що не кожна країна має однакові ресурси та інфраструктуру, що ускладнює планування логістики.

5. Політичні чинники. Припущення, що у цільовій країні таке саме політичне середовище, як і у країні базування фірми, може бути хибним. Політичні події можуть суттєво вплинути на бізнес. Країнами з найвищим рівнем політичного ризику є, як правило, такі країни, як Сомалі, Судан та Афганістан, уряди яких настільки нестабільні, що мало хто з

іноземних компаній бажає туди їхати. Однак високий рівень політичного ризику також присутній у деяких важливих економіках світу, що розвиваються, зокрема в Індії, Філіппінах та Індонезії. Це створює дилему для фірм у тому, що ці ризикові умови також пропонують величезні можливості для зростання. Фірми можуть зосередити свої зусилля в таких країнах, як Канада, Австралія, Південна Корея та Японія, які мають дуже низький рівень політичного ризику, але можливості в таких умовах часто є меншими.

6. Культурний ризик стосується складністю ведення бізнесу у зв'язку із різницею у мові, звичаях, нормах та уподобаннях споживачів. Історія бізнесу повна яскравих прикладів культурних відмінностей, що підривають успіх компанії. Наприклад, фірма з виробництва пральних машин була здивована низьким рівнем продажів на Близькому Сході. Керівники вірили, що їхній товар вміло рекламують за допомогою друкованих реклам, на яких зображено брудний одяг ліворуч, коробку миючого засобу посередині та чистий одяг праворуч. Просте та ефективне повідомлення, так? Не зовсім. На відміну від англійської та інших західних мов, мови, що використовуються на Близькому Сході, такі як іврит та арабська, передбачають читання справа наліво. Для споживачів реклама реклами миючих засобів означала, що виріб можна використовувати для чищення одягу та забруднення. Не дивно, що до того, як цей культурний промах був виявлений, було продано декілька коробок миючого засобу. Ще один цікавий приклад стосується компанії виробника холодильників, яка не врахувала культурних особливості в країні Близького Сходу. Фірма використовувала фотографію відкритого холодильника в своїх друкованих оголошеннях, щоб продемонструвати велику кількість місця для зберігання, яке пропонує прилад. Нажаль, на фотографії видно свинину - вид м'яса, який не їдять євреї та мусульмани, які складають більшу частину населення району. Щоб зрозуміти реакцію споживачів, уявіть, якби ви переглядали рекламу про холодильник, в якому відображалось м'ясо коня чи собаки. Ймовірно, вам буде огидно. Однак у деяких частинах світу м'ясо коней та собак є частиною дієти. Фірми повинні враховувати такі культурні відмінності, конкуруючи на міжнародних ринках.

7. Економічний ризик стосується потенціалу економічних умов та політики країни, захисту прав власності та курсів валют, що можуть негативно вплинути на діяльність фірми всередині країни. Керівники, які керують компаніями, що ведуть бізнес у багатьох різних країнах, повинні підвести підсумки цих різних вимірів та спробувати передбачити, як ці розміри вплинуть на їхні компанії. Оскільки економіка непередбачувана, економічний ризик ставить перед керівниками величезні виклики.

Перш ніж компанія прийме рішення щодо виходу на закордонні важливо оцінити переваги та недоліки міжнародної експансії. Вихід на світовий ринок приносить багато можливостей, але, це також викликає багато ускладнень. Можливості пов'язані із доступом до нових клієнтів, зниженням витрат та диверсифікацію ділових ризиків. Загрози містять політичний ризик, економічний ризик та культурний ризик. Одним із варіантів, який слід розглянути, є глобальне розширення без створення організації. Це рішення дозволяє уникнути можливих проблем, але надає вам компанії переваги від здійснення міжнародного бізнесу.

Список літератури

1. Сазонець О. М., Качан О. І. Дослідження основних форм здійснення міжнародного бізнесу. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки.* 2014. № 4. С. 79-85.
2. Філіпенко А. С., Дзюба П. В. Теорія міжнародного бізнесу: від народження до сьогодення. *Актуальні проблеми міжнародних відносин.* 2019. № 138. С. 166-179.
3. Тищенко С. В. Ризики міжнародної торгівлі: переваги і недоліки експорту і імпорту *Проблеми охорони праці, промислової та цивільної безпеки.* 2018. № 1. С. 349-351.