

Секція 4 Міжнародний бізнес

УДК 339.15:330.341.1

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРУКТУРЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Флезер Алина,

к.э.н., доцент Петрошанского университета, Румыния

Посохов И.М.,

**д.э.н., профессор кафедры экономики бизнеса и международных
экономических отношений НТУ «ХПИ», Украина**

Перерва П.Г.,

**д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса и международных
экономических отношений НТУ «ХПИ», Украина**

Ведение международного бизнеса имеет значительные отличия по сравнению с ведением бизнеса в рамках страны. Большое значение для успешной деятельности фирмы приобретают вещи, о которых национальным компаниям не приходится даже думать. В этой связи становится очевидным необходимость тщательного изучения особенностей ведения и управления международным бизнесом. Международный бизнес можно определить, как деловое взаимодействие фирм различных форм собственности или их подразделений, находящихся в разных странах, главной целью которых является извлечение прибыли за счет получения выгод преимуществ деловых международных операций. Мировая экономическая интеграция, активизация участия Украины в

международных интеграционных процессах, укрепление сотрудничества с зарубежными стратегическими партнерами, привлечение иностранных инвестиций в экономику нашего государства требует создания оптимальных условий для формирования профессиональных способностей специалистов по международной экономике на уровне международных требований, обеспечения их конкурентоспособности на рынке труда, приобретение студентами знаний и умений международного бизнеса и реализации их в будущей профессиональной деятельности [1-16].

История международного бизнеса уходит далеко в прошлое. 40 веков назад первые экспортно-импортные операции начали совершать купцы из Греции и Месопотамии. В систематизированном виде, международный бизнес возник в 5 в. до нашей эры, когда Греция стала главным центром международной коммерческой деятельности. Впоследствии Греция потеряла свои позиции как центр международной деловой активности, уступив первенство Рима, Константинополя, Генуи, Венеции, Западной Европе, а затем США. В настоящее время США являются основным участником международного бизнеса, однако их позиции постепенно ослабевают, особенно в контексте конкуренции с фирмами из Японии и Западной Европы. В течение последних десятилетий предпринимательство рассматривалось в ЕС не как заявленная цель экономической политики, а как простой побочный продукт экономического развития. В Европе было несколько «бумов» венчурного бизнеса после Второй мировой войны, но они никогда не приводили к идее, что новые компании станут предвестниками инновационной системы нового типа, в которой венчурные предприятия с их специфическими характеристиками с точки зрения стратегии цели и мышления будут играть ключевую роль, наряду с крупными компаниями. Венчурный капитал практически полностью отсутствовал на рынке до начала 1990-х гг. Внебиржевые рынки были созданы не для стартапов, а для компаний, которые уже добились успеха. Таким образом, было мало возможностей для финансирования предприятия за пределами традиционных финансовых учреждений.

В основе качественных сдвигов в украинской экономике лежит международная инновационная направленность стратегии и тактики развития промышленного производства. Инновационная бизнес-активность экономики приобрела характер главного социально-экономического процесса в индустриально развитых странах. Изменения факторов производства выражаются в росте их информационной, интеллектуальной и инновационной составляющих. Эти тенденции тесновато соединены с трансформацией форм и способов организации субъектов международной хозяйственной деятельности и управления ими.

Задачей инновационной бизнес-деятельности на международном рынке является создание новых изделий (или услуг), которые будут являться основой международной производственной деятельности фирмы в будущем. При проведении инновационной деятельности, естественно, должны учитываться производственные культуры, традиции, организация, инфраструктура, технологический уровень, кадровый потенциал и т. д. Но, пожалуй, важнейшим обстоятельством является то, что международная инновационная бизнес-деятельность как деятельность, обращенная в будущее, тесно связана и взаимно определяет стратегический менеджмент фирмы. Стратегия превращается в реальность только в результате разработки конкретного продукта или процесса. Расходы на инновационную бизнес-деятельность – это вложения в будущее фирмы, но в то же время связанные с высокой неопределенностью и риском на международном рынке.

Все изложенное позволяет сделать вывод, что в большинстве случаев управление международной инновационной бизнес-деятельностью (прогнозирование, планирование, оценка проектов, организация и комплексное управление, контроль) - стратегически более важная задача, чем собственно выполнение традиционной инновационной бизнес-деятельности (важнее определить правильное направление движения, нежели сосредоточиться на конкретных шагах в этом направлении).

Таким образом, целью данного исследования является рассмотрение и изучение порядка формирования международных инновационных бизнес-проектов. Понятие «инновационный бизнес-проект» может рассматриваться в нескольких аспектах: как совокупность мер по достижению инновационных бизнес-целей, как процесс осуществления инновационной бизнес-деятельности, как пакет документов, обосновывающих и описывающих эти бизнес-мероприятия. Эти три аспекта подчеркивают значение международного инновационного бизнес-проекта как формы организации и целевого управления инновационной бизнес-деятельностью. Инновационный бизнес-проект представляет собой сложную систему процессов, взаимообусловленных и взаимосвязанных по ресурсам, срокам и стадиям. Рыночные механизмы координации международной бизнес-деятельности предприятий в области разработки, внедрения и коммерциализации нововведений очень несовершенны. Это обусловлено и состоянием украинской экономики, и неблагоприятным инвестиционным климатом, и инерционностью крупных промышленных предприятий, и нехваткой ресурсов малого бизнеса. Одной из наиболее благоприятных возможностей создания и внедрения новшеств является особая система организации и финансирования международных инновационных бизнес-проектов.

Формирование международных инновационных бизнес-проектов для решения важнейших научно-технических проблем обеспечивает комплексный, системный подход. В зависимости от вида проекта в его реализации могут участвовать десятки организаций проектного и промышленного профиля, различные денежные университеты, научные, публичные и государственные учреждения, коммерческие структуры. Таким образом, реализация замысла инновационного бизнес-проекта обеспечивается десятками участников и организаций. Разнообразие целей и задач инновационного бизнес-развития определяет множество разновидностей инновационных и научно-технических бизнес-проектов.

Разработка международного инновационного бизнес-проекта – длительный и дорогостоящий процесс. От первоначальной идеи к эксплуатации этот процесс может быть представлен в виде цикла, состоящего из трех отдельных фаз: преинвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной. Инновационные бизнес-проекты также отличаются высокой неопределенностью на всех стадиях инновационного цикла. Следует также указать, что нововведения, успешно прошедшие стадию испытания и внедрения в производство, могут быть не приняты рынком, тогда их производство должно быть прекращено. Многие бизнес-проекты дают результаты на первой стадии разработки, но затем при неясной ресурсной или технико-технологической перспективе должны быть закрыты для дальнейшего выполнения.

Опыт международной инновационной деятельности на промышленных предприятиях нашей страны свидетельствует о том, что даже самые успешные бизнес-проекты не застрахованы от рыночных неудач: в любой момент в течение их жизненного цикла у конкурента может появиться более перспективная по оценкам потребителей новинка. Также для международного инновационного бизнес-проекта по сравнению с инвестиционным проектом есть наличие на каждом этапе его жизненного цикла нескольких возможных вариантов развития. Если после отбора инновационного бизнес-проекта осуществляется только одно решение, которое следует реализовать, то в этом случае инновационный бизнес-проект требует новой переоценки и пересмотра на последующих этапах и в многочисленных контрольных точках. Инновация в своей основе характеризуется альтернативностью и многовариантностью решений. Отсюда возникает сложность прогнозирования.

Инновации могут быть успешными, если будут подкреплены сконцентрированными и скоординированными действиями всех заинтересованных сторон – государства и частного сектора. Для выработки и осуществления таких экономически обоснованных, скоординированных действий инновационной стратегии Украины необходима разработка

государственной информационной системы «Инновационная политика реального сектора экономики». Ее использование поможет предприятиям и организациям в коррекции стратегии и тактики их инновационной и предпринимательской деятельности.

Список использованных источников

1. What are the Sustainable Development Goals? [Electronic resource]. URL: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>
2. Сучасні тенденції міжнародних економічних відносин. Економічна інтеграція України у світове господарство : кол. монографія / І.М.Посохов [та ін.] ; ред. І.М.Посохов [та ін.] ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. Харків: НТУ "ХПІ", 2016. 450 с.
3. Міжнародні економічні відносини: бакалаврський курс : навч. посібник. Ч. 2, т. 1 / І. М. Посохов [та ін.] ; ред. кол.: І. М. Посохов [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Іванченко І. С., 2019. – 762 с.
4. Pererva P.G., Tkachov M.M., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*.
5. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol.19, Iss.1. P.24-38.
6. Kocziszky G., Pererva P.G., Somosi Veres M., Kobielieva T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veres Somosi. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
7. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник. Харків: «Основа», 1993. 288с.
8. Kocziszky Gyögy, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
9. Кобелева Т.О., Марчук Л.С. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів // *Вісник НТУ "ХПІ"*: Харків : НТУ "ХПІ". 2015. № 25. С.79-84.
10. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки): зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2018. № 15 . С. 89-94.*
11. Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. Учеб. пособие. Киев: ВИРА-Р. 1998.- 267с.
12. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
13. Kobeleva T., Pererva P., Tovazhnyanskiy V., Gladenko I. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise // *Business Studies*. Miskolc: Miskolc University Press. 2010. Volume 7. №2. S.71-183.
14. Kobielieva T.O. Pererva P.G., Tkachev M.M., Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
15. Перерва П.Г. *Практический маркетинг*. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с
16. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.