

О.М. Сазонець, д.е.н., проф.
О.І. Качан, аспір.

Національний університет водного господарства та природокористування

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ФОРМ ЗДІЙСНЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Для успішного функціонування національного господарства країни необхідно брати участь у зовнішніх економічних відносинах, що призводить до збільшення обсягів міжнародного бізнесу. Після визначення характеру взаємозв'язків та цільового ринку співпраці постає питання вибору форми здійснення міжнародних відносин. Метою проведення даного дослідження є огляд існуючих форм та способів здійснення міжнародної підприємницької діяльності, що дозволить уточнити та поглибити його сутність і скласти класифікацію форм здійснення міжнародного бізнесу.

Подано сутність та зміст поняття «бізнес» та «міжнародна торгівля», де узагальнено, що міжнародним бізнесом вважається підприємництво, яке передбачає ділові операції з декількома партнерами за межами країни з метою отримання більшого прибутку або забезпечення соціального ефекту за рахунок конкурентних можливостей і переваг. Детально розглянуто види та способи здійснення експортно-імпорتنних операцій, які містять суттєві відмінності залежно від використання посередників у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Наведено переваги та недоліки прямого іноземного інвестування, що на сьогоднішній день є однією із найпоширеніших форм здійснення міжнародного бізнесу в світі. Здійснено детальний опис спільного підприємництва, яке представлено різноманітним способом здійснення міжнародної підприємницької діяльності.

За результатами дослідження проведено узагальнення способів здійснення зовнішньоекономічних зв'язків і визначено, що залежно від необхідності та масштабів міжнародний бізнес може здійснюватися в таких формах, як експорт (імпорт), спільне підприємництво та пряме іноземне інвестування.

Ключові слова: міжнародний бізнес; експорт; спільне підприємництво; ліцензування; франчайзинг; прямі іноземні інвестиції; міжнародні корпорації.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку неможливо уявити країну, яка використовує лише власні ресурси, тому що в умовах глобалізації спостерігається збільшення економічних взаємозв'язків між державами. Для успішного функціонування національного господарства державі необхідно брати участь у зовнішніх економічних відносинах, оскільки це призводить до розширення міжнародного бізнесу. Після визначення характеру взаємозв'язків та цільового ринку співпраці постає питання вибору форми здійснення міжнародних відносин та відповідних вигод для розвитку як самого бізнесу, так і національного господарства в цілому. Вибір форми та способу здійснення міжнародних відносин залежить від можливостей та виду діяльності підприємства. На початковому етапі планування такої діяльності підприємство прораховує можливості виходу на певні ринки, купівлі та продажу товарів (послуг), а вже при здійсненні міжнародної діяльності бере до уваги ефективність від такої діяльності, а задля розвитку масштабів самого бізнесу в подальшому впроваджує складніші форми співпраці.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання розвитку форм здійснення міжнародного бізнесу вивчали багато вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема велику увагу приділяли аспектам здійснення міжнародного бізнесу такі автори, як Л.В. Бабій, В.Л. Єрохін, В.І. Кокоріна, А.Колосов, Д.Г. Лук'яненко, Є.Г. Панченко, І.О. Філіппова, Т.М. Циганкова, Д.М. Черваньов Джон Б. Каллен, Дебра Джонсон, Колін Тернер та інші. Незважаючи на значний науковий доробок науковців, залишаються суперечності поглядів щодо цієї тематики, що спонукає провести необхідне дослідження для виявлення існуючих форм міжнародного бізнесу на сьогоднішній день.

Мета дослідження. Аналіз джерел дослідження показав наявність різноманітних понять форм здійснення міжнародного бізнесу, а зокрема способів його здійснення. На наш погляд, така ситуація виникає через відсутність розуміння змістової сутності поняття форми міжнародного бізнесу. Тому метою даної статті є огляд сучасних методів здійснення міжнародної економічної діяльності, що дозволить уточнити та поглибити його сутність і скласти класифікацію форм здійснення міжнародного бізнесу.

Викладення основного матеріалу дослідження. Бізнес у міжнародному масштабі постійно впливом конкуренції та процесів глобалізації. Глобальний етап інтеграції економічних систем безпосередньо пов'язаний з багатоплановим процесом розширення та поглиблення світогосподарських зв'язків завдяки підвищенню мобільності факторів і результатів

виробництва (макрорівень) та залучення фірми до міжнародних операцій (мікрорівень) [5, С. 9]. Тенденції міжнародного бізнесу залежать від соціально-економічних змін, які відбуваються у національному та міжнародному середовищах, тому що існують технологічні та інформаційні розриви між суб'єктами цих рівнів.

Бізнес (від англ. business – справа, підприємництво) являє ініціативну економічну діяльність, яка здійснюється за рахунок власних, залучених або позикових коштів з метою отримання прибутку та подальшого розвитку справи. Міжнародний бізнес передбачає здійснення ділових операцій партнерів більш ніж з однієї країни [10, С. 6]. Міжнародний бізнес базується на можливості отримання переваг (економічних чи технологічних) саме з переваг міждержавних ділових операцій, тобто продажу даного товару в іншій країні або налагодження фірмою однієї країни виробництва в іншій країні, або спільного надання послуг фірмами двох країн третій тощо. Це забезпечує залученим у бізнес сторонам більше переваг, ніж вони мали б, якби здійснювали аналогічну діяльність як суб'єкти лише національних економік [3, С. 68].

Міжнародний бізнес можна визначити як ділову взаємодію фірм різних форм власності або їхніх підрозділів, що знаходяться в різних країнах, що має головною метою одержання прибутку за рахунок отримання вигод від переваг ділових міжнародних операцій [1]. В.Ф. Савченко виділяє таке поняття, як міжнародне підприємництво, що передбачає сукупність угод, які укладають та виконують через національні кордони і які пов'язані з переміщенням ресурсів, товарів та послуг у міжнародному масштабі [8].

Особливостями здійснення міжнародного бізнесу є те, що господарські операції засновані на організаційних технологіях, які відповідають вимогам оптимального задоволення потреб та інтересів суб'єктів бізнесу. Також слід зазначити, що здійснення міжнародної економічної діяльності передбачає використання переваг місця розташування, для того щоб знайти більш дешеві або більш якісні фактори виробництва (виробничі матеріали чи робочу силу) і розширення ринків продажу товарів та обслуговування клієнтів.

Отже, міжнародний бізнес – це підприємництво, яке передбачає ділові операції з кількома партнерами за межами країни з метою отримання більшого прибутку або забезпечення соціального ефекту за рахунок конкурентних можливостей і переваг.

Міжнародний бізнес асоціюється перш за все зі здійсненням міжнародної торгівлі товарами, яка як форма іноземної співпраці виникла в XVII–XVIII ст. на базі зародження світового ринку та міжнародного поділу праці. Міжнародний поділ праці заснований на принципі порівняльних переваг при виробленні деяких благ у країні. На основі порівняльних переваг у ресурсах (природних, трудових чи капіталу) формується і розвивається бізнес-середовище, що визначає напрямки розвитку міжнародного бізнесу. Прикладом міжнародної торгівлі товарами є операції з купівлі сировини та матеріалів в одній країні для виготовлення готових виробів уже в іншій або торгівля уже готовою продукцією за кордоном за системою роздрібною торгівлі.

Проте, окрім міжнародної торгівлі товарами, розвивається така форма міжнародного бізнесу, як торгівля послугами, що є результатом розвитку та функціонування сфер людської діяльності (науки, техніки, виробництва, управління тощо). Послуга – це виконання згідно з договором однією стороною (виконавцем) за завданням іншої сторони (замовника) певних дій або здійснення певної діяльності, що споживаються в процесі їхньої реалізації [7, С. 97]. На сьогодні обсяги торгівлі товарами набагато перевищують обсяги торгівлі послугами, але загальна тенденція полягає в тому, що темпи зростання обсягу послуг значно переважають темпи зростання обсягу товарів. Під впливом глобальних процесів спостерігається прискорення науково-технічного прогресу, розширюється обмін новими, зокрема, фінансовими видами послуг [9]. Важливе значення на міжнародному рівні на сьогоднішній день відіграють транспортні та туристичні послуги.

Після визначення потенційного ринку для здійснення міжнародного бізнесу необхідно визначити форму, за якою працюватиме компанія. Способи та стратегії виходу на зовнішні ринки відрізняються ступенем ризику самої діяльності та очікуваного рівня прибутковості. Існують дві можливі форми здійснення зовнішньоекономічної діяльності: контрактна форма та інвестиційна [11]. Перша форма виходу на зовнішній ринок передбачає такі можливості, як проведення експортно-імпортних операцій та укладання контрактів про спільну діяльність.

Така форма співробітництва має достатній ступінь захисту від зовнішніх ризиків, проте містить незначний економічний ефект. Друга форма відносин передбачає створення спільних підприємств та дочірніх компаній, що приносить значні прибутки від проведених інвестиційних вкладень проте містить значний ступінь ризику.

Історично склалось так, що першою формою міжнародного бізнесу стали експорт та імпорт. Всі операції експорту-імпорту можна розділити на дві групи. Перша група – це торгівля товарами, тобто матеріальними активами. В офіційних документах США даний тип товарів має назву «merchandise exports and imports» (експорт та імпорт товарів); у Великобританії використовується термін «visible trade» (видима торгівля). Друга група експортно-імпортних операцій – це торгівля послугами, тобто

нематеріальними активами, до яких належать транспортні, бухгалтерські та банківські послуги. У США такий вид торгівлі має назву «services exports and imports» (експорт та імпорт послуг); у Великобританії використовується термін «invisible trade» (невидима торгівля) [10, С. 9].

Проте в економічній літературі найчастіше трапляється поняття лише експорту, як форми міжнародного бізнесу, тому розглянемо більш детально особливості здійснення експортних операцій. Здійснення експорту є найпростішим способом продажу товарів для клієнтів інших країн. Досить часто компанії працюють як пасивні експортери, тобто для виконання закордонних замовлень здійснюється стільки ж витрат, як і для здійснення внутрішніх замовлень. Компанія, отримавши замовлення через свій сайт або контракт, здійснює постачання товару для іноземного замовника так само, як будь-якого іншого клієнта. Багато малих підприємств починають працювати як пасивні експортери, а вже пізніше переходять до більш складних форм міжнародного бізнесу.

Після того як компанія виходить за межі пасивного експорту, існують дві основні експортні стратегії мультинаціональної компанії (МНК): непрямі та прямі експортери. Непрямі експортери використовують посередників, щоб користуватися їхніми знаннями та контактами, необхідними для експорту в різних країнах. Невеликі компанії і експортери-початківці, які не мають достатнього досвіду роботи, досить часто використовують цей підхід. Керуюча експортна компанія («export management company») та торгова експортна компанія («export trading company») є найбільш поширеними посередниками [18, С. 244].

Використовуючи першу форму посередництва (непрямі експортери), компанія-експортер передає всі свої функції на міжнародному рівні, де її представлятиме певна керуюча компанія, яка спеціалізується на продажу окремих видів продукції. Використання такої форми співробітництва вважається оптимальним для невеликих експортерів, тому що компанія-посередник знає особливості культури і ринки окремих країн або регіонів та сприяє просуванню продукції компанії до міжнародних покупців і дистриб'юторів.

Торгові експортні компанії володіють правом власності на продукт перед експортом, тобто такі компанії викуповують товар від експортера, а потім перепродають їх в іншій країні. Такі компанії-посередники найчастіше виступають як незалежні дистриб'ютори, які пов'язують вітчизняних виробників та іноземних покупців. Отже, при здійсненні експорту за допомогою посередників найбільш важливою перевагою для екпортуючої компанії є те, що компанія виходить на зовнішній ринок швидко і без додаткових витрат на управління реалізацією продукції. Існує така категорія підприємств, які, здійснюючи експортні операції, беруть на себе обов'язки посередників для продажу на зовнішніх ринках власних товарів та надання послуг. Такі експортери називаються прямими експортерами.

Однак крім експорту та імпорту необхідно розглянути і інші форми міжнародного бізнесу у вигляді спільного підприємництва, які останніми десятиріччями набули значного розвитку. Спільне підприємництво передбачає спільну діяльність двох або більше учасників підприємницької діяльності декількох країн. Партнерство між країною, яка приймає, і країною базування фірм призводить, як правило, до створення третьої фірми [13].

Створення спільних підприємств дає міжнародній фірмі можливість краще контролювати операції, а також доступ до знань місцевого ринку. Міжнародна фірма має доступ до мережі відносин суб'єктів господарювання, які менш схильні до ризику завдяки партнерству з місцевою фірмою [15, С. 256]. Ця форма співробітництва дуже популярна серед учасників міжнародної діяльності. Популярність такої форми співробітництва пов'язана з тим, що вона дозволяє уникнути проблем при вході на іноземні ринки. Крім того, наявність місцевої фірми полегшує інтеграцію міжнародної фірми в чужому середовищі [20].

Найпоширенішими формами спільного підприємництва можна назвати ліцензування, франчайзинг та управлінські контракти.

Ліцензування («licensing») передбачає підписання договору, згідно з яким фірма надає іншій компанії ліцензію на використання своєї інтелектуальної власності (торгових марок, патентів, фірмової назви або авторських прав) на умовах роялті. Прикладом ліцензування може бути видача компанією Walt Disney для німецької компанії, яка здійснює пошиття дитячого одягу, дозволу на використання зображення Міккі Мауса на умовах виплати цій компанії відсотку з продажів.

Франчайзинг (franchising) – особлива форма ліцензування, суть якої полягає в тому, що фірма (франчайзер) видає компанії з іншої країни (франчайзі) дозвіл на використання своєї технології виробництва, а також бренда, торгової марки і логотипа в обмін на виплату роялті [10, С. 11]. Франчайзинг передбачає, як правило, безпосередню участь у розробці та контролі маркетингової програми. Систему франчайзингу можна визначити як систему, в якій напівнезалежні підприємці (франчайзі) здійснюють платежі (гонорари, роялті) в материнській компанії (франчайзеру) в обмін на право ототожнення з її товарним знаком, щоб під ним продавати свою продукцію, і можливість використовувати формат і систему функціонування.

Порівняно з ліцензуванням, франчайзингові угоди, як правило, мають довший термін використання, де франчайзер передає широкий пакет прав і ресурсів, які можуть містити: обладнання, управлінські системи, керівництво з експлуатації, початкові тренінги, розробку сайту. Також можливе надання всієї необхідної підтримки для франчайзі для початку функціонування свого бізнесу. Тоді як ліцензійна угода передбачає використання таких понять, як інтелектуальна власність, комерційна таємниця та інших, у франчайзинговій угоді можливе використання лише товарних знаків і операційної ноу-хау бізнесу.

Можна виокремити деякі суттєві переваги франчайзингу міжнародного бізнесу: низький політичний ризик, низька вартість інвестицій на розробку формату та системи функціонування, можливість одночасного розширення в різних регіонах світу. Правильно вибрані партнери можуть принести власникам фінансові інвестиції, а також зростання управлінського потенціалу.

Окрім названих форм здійснення бізнесу на міжнародному рівні, науковці мають детальнішу класифікацію, де в межах спільного підприємництва виділяють такі форми, як управлінські контракти, проекти під ключ та підрядне виробництво [3, 10, 11].

Управлінський контракт (management contract) – це угода, відповідно до якої компанія в одній країні дає фірмі, що розміщується в іншій країні, згоду на управління потужностями цієї фірми або надання інших управлінських послуг за певну винагороду, розмір якої обговорений у контракті. Управлінські контракти як форма міжнародного бізнесу поширені серед фірм, які працюють у готельному бізнесі. Так, до прикладу, компанія Marriott і Hilton не завжди володіє дорогими готелями, які мають її назву, вона лише здійснює управління відповідно до контрактів.

Одним зі способів здійснювання міжнародного бізнесу є проекти «під ключ». Такий спосіб зазвичай характеризується не тривалим терміном виконання, швидким поверненням вкладених коштів. Здійснюючи таку діяльність на міжнародному рівні, її власники мають вигоди, бо втілюють у життя вже готові та протестовані технології, які не потребують додаткових витрат на розробку. Проте можуть виникнути і загрози для такого бізнесу через неспроможність забезпечити належний рівень виконання поставлених завдань на місцевому рівні.

Підрядне виробництво передбачає форму спільного підприємництва за умов укладання контрактів на виготовлення продукції з виробниками на зарубіжному ринку, проте реалізація проводиться фірмою-замовником. Отже, для узагальнення можна визначити, що спільне підприємництво передбачає співпрацю двох або більше суб'єктів господарювання різних країн з метою налагодження виробництва товарів або надання послуг для отримання більших прибутків або соціального ефекту. Зазвичай, але не завжди, міжнародні компанії після співпраці у формі експорту чи створення спільних підприємств переходять до найскладнішої форми бізнесу, тобто до прямого іноземного інвестування, яке передбачає передачу капіталу для використання резидентами іншої країни.

Прямі іноземні інвестиції («foreign direct investment») передбачають вкладання капіталу з метою подальшого здійснення контролю над об'єктами власності, активами і компаніями в інших країнах. Країна, з якої здійснюються іноземні інвестиції і в якій розміщена штаб-квартира материнської компанії, має назву країна походження («home country»), а країна, на території якої ведеться бізнес, називається країна перебування («host country») [10, С. 10]. Прямі іноземні інвестиції є найвищим ступенем інтернаціоналізації, тому що бізнес здійснюється за рамками однієї держави з використанням міжнародного контролю.

Існують два основні способи здійснення прямих інвестицій: фірми можуть прямо придбати бізнес та відкрити свій власний бізнес, при цьому капіталовкладення здійснюються у розробку проекту «з нуля» [17, С. 1007]. Така форма бізнесу має назву Грінфілд інвестицій. Придбання стало популярним видом виходу на зовнішні ринки, головним чином, через швидкий доступ. Придбання вважається менш ризиковим способом здійснення інвестицій, ніж Грінфілд інвестицій, оскільки результат від придбання можна оцінити досить швидко і точно. Грінфілд інвестицій передбачає створення нової дочірньої компанії, що вважається складним і потенційно дорогим, але такий бізнес повністю контролюється фірмою-засновником і тому має найбільший потенціал, щоб забезпечити прибутковість вищу, ніж ринкова середня. Такий спосіб здійснення міжнародного бізнесу потребує не лише інвестицій але й вивчення та впровадження відповідних маркетингових стратегій для підвищення конкурентоспроможності на новому ринку. Таким чином, здійснення прямого іноземного інвестування відбувається після розгляду всіх переваг і недоліків такого способу ведення бізнесу (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги та недоліки здійснення прямих іноземних інвестицій [18, С. 262]

Переваги	Недоліки
– вільний доступ до ринків (збуту, ресурсів, робочої сили)	– зростання витрат на капітальні вкладення
– зниження витрат на виробництво продукції	– потреба залучення дорогих менеджерів або

	працівників
– краща адаптація товарів на місцевих ринках	– зростання витрат на координацію підрозділів, розміщених у різних країнах
– можливість забезпечення після продажного обслуговування	– збільшення політичних ризиків
– обхід тарифних (митних) мит і нетарифних протекціоністських бар'єрів	– збільшення фінансових ризиків
– отримання фінансової вигоди порівняно з імпортом товарів та іноземних кредитів	
– разове отримання нових технологій у розрахунку на їхнє постійне постачання	

Здійснення прямого іноземного інвестування на міжнародному рівні можливе з використанням збутових або торговельних філій, виробничих підприємств. З розвитком глобалізаційних процесів компанія переходить до такої форми міжнародного бізнесу, як міжнародна корпорація. Збутова філія створюється компанією на території іноземної держави в місцях, де зосереджено велику кількість споживачів готової продукції. Такий спосіб міжнародного бізнесу передбачає складування готової продукції та здійснення післяпродажного сервісу.

Виробничі підприємства створюються за кордоном з метою виробництва товарів та надання послуг самою іноземною компанією. Міжнародні корпорації здійснюють міжнародне виробництво за допомогою прямих іноземних інвестицій та прямого контролю над своїми зарубіжними філіями. Аналіз наявних способів здійснення міжнародного бізнесу в сучасних умовах дозволив виділити три основні форми (рис. 1).

З розвитком міжнародного конкурентного середовища зростає необхідність збільшення транснаціонального потенціалу, що є ключовим фактором розвитку світового господарства. Співпраця іноземних суб'єктів господарювання сприяє створенню різноманітних форм міжнародного бізнесу, які дають змогу розвиватися новим галузям і напрямкам світової економіки, та призводить до стратегії глобального співробітництва. Вибір правильної форми взаємодії міжнародного бізнесу має бути заснований на вигідних умовах для всіх сторін, які беруть участь. Ефективна взаємодія стане ключовим елементом для глобальних перетворень, спричинених діяльністю міжнародного бізнесу. Фірма, обираючи форму міжнародної співпраці, бере до уваги свої сильні і слабкі сторони, можливості і загрози у зовнішньоекономічній діяльності.

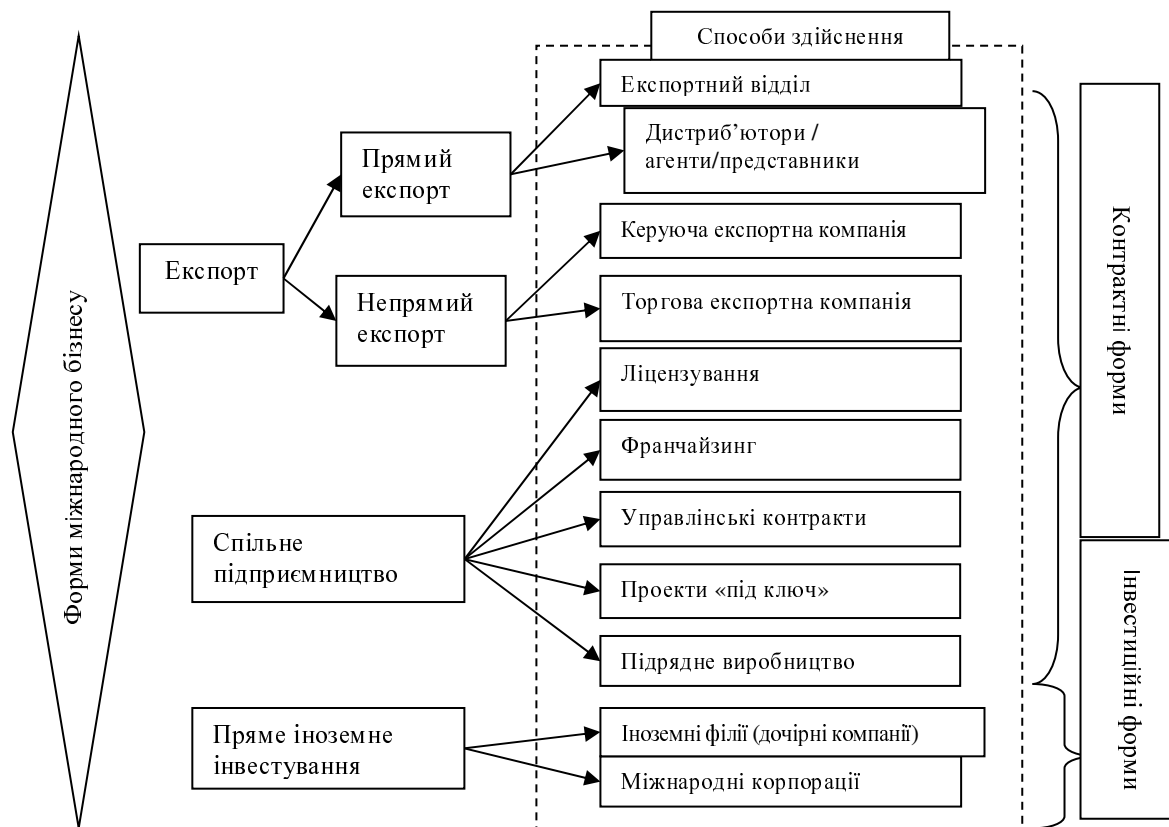


Рис. 1. Форми здійснення міжнародного бізнесу*

*Авторське узагальнення

Висновки та перспективи подальших досліджень. На основі проведеного дослідження можемо зробити авторське узагальнення визначення міжнародного бізнесу. Міжнародний бізнес – це така форма підприємництва, яке передбачає здійснення ділових операцій з кількома партнерами за межами країни з метою отримання більшого прибутку або забезпечення соціального ефекту за рахунок конкурентних можливостей і переваг.

Серед сукупності можливих способів здійснення міжнародного бізнесу можна виділити такі форми:

– Експорт. Використання такої форми співробітництва вважається оптимальним для невеликих експортерів, тому що компанія-посередник знає особливості культури і ринки окремих країн або регіонів та сприяє просуванню продукції компанії до міжнародних покупців і дистриб'юторів.

– Спільне підприємництво. Передбачає спільну діяльність двох або більше учасників підприємницької діяльності кількох країн. Популярність такої форми співробітництва пов'язана з тим, що вона дозволяє уникнути проблем при виході на іноземні ринки. Крім того, наявність місцевої фірми полегшує інтеграцію міжнародної фірми в чужому середовищі.

– Прямі іноземні інвестиції. Передбачає вкладання капіталу з метою подальшого здійснення контролю над об'єктом власності, активами і компаніями загалом в інших країнах.

Подальші дослідження у сфері міжнародного бізнесу повинні бути спрямовані на дослідження тенденцій структурних перетворень економік з урахуванням розвитку форм міжнародного бізнесу та його капіталізації.

Список використаної літератури:

1. *Бабій Л.В.* Міжнародний бізнес: організація та управління / *Л.В. Бабій*. – 2008. – № 3. – С. 30–35.
2. *Єрохін В.Л.* Міжнародне підприємництво : навч. посібник / *В.Л. Єрохін*. – М. : Фінанси і статистика ; Ставрополь : АГРУС. – 2008. – 392 с.
3. *Кокоріна В.І.* Імперативи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації / *В.І. Кокоріна* // Держава та регіони / Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 67–73.
4. *Колосов А.* Особенности иностранного инвестирования в Украине / *А.Колосов* // Бизнес-информ. – 2007. – № 11.
5. *Лук'яненко Д.Г.* Стратегії глобального управління / *Д.Г. Лук'яненко, Т.В. Кальченко* // Міжнародна економічна політика. – 2009. – № 8–9. – С. 5–43.
6. Глобальна економіка ХХІ століття: людський вимір : монографія / *Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, А.М. Колот та ін.* ; заг. ред. д.е.н., проф. *Д.Г. Лук'яненка* та д.е.н., проф. *А.М. Поручника*. – К. : КНЕУ, 2008. – 420 с.
7. *Козак Ю.Г.* Основи міжнародної торгівлі : навч. посібник / *Ю.Г. Козак* ; за ред. *Козака Ю.Г., Логвиної Н.С.* – К. : ЦУЛ, 2005.
8. *Савченко В.Ф.* Національна економіка : навч. посібник / *В.Ф. Савченко*. – 2011. – 165 с.
9. *Сазонець О.М.* Аналіз динаміки зростання обсягів міжнародної торгівлі послугами / *О.М. Сазонець* : зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету // Серія: Економічні науки. – Черкаси : ЧДТУ, 2012. – Вип. 31. – Ч. I. – С. 33–38.
10. *Филитова И.А.* Мировая экономика и международный бизнес : учеб. пособие / *И.А. Филитова*. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 168 с.
11. *Циганкова Т.М.* Міжнародний маркетинг : навч. посібник / *Т.М. Циганкова*. – К. : КНЕУ, 1998. – 120 с.
12. *Черваньов Д.М.* Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств : навч. посібник / *Д.М. Черваньов*. – К. : Знання-прес, 2003. – 622 с.
13. *Byrne S.* International Joint Ventures Handbook, Baker & McKenzie / *S.Byrne, L.Popoff*. – 2008.
14. Emerging Issues in International Business Research / edited by Masaaki Kotabe, Preet S. Aulakh. – 2002. – 285 p.
15. *Geringer J.M.* Control and Performance of International Joint Ventures / *J.M. Geringer, L.Hebert* // Journal of International Business Studies. – 20 (2). – P. 235–254.
16. International Business: 4E / *K.Aswathappa*. – New Delhi : Tata McGraw Hill Education, 2010. – 775 p.
17. International business strategy – reasons and forms of expansion into foreign Markets // *Katarzyna Twarowska*. – Active Citizenship by Knowledge Management and innovation. – Zadar.croatia. – P. 1005–1011.
18. International business strategy and the multinational company / John B. Cullen and K. Praveen Parboteeah. – Published 2010 by Routledge 270 Madison Ave, New York, NY 10016. – 500 p.

19. International Business: Themes and Issues in the Modern Global Economy / *Debra Johnson, Colin Turner*. – New York : Taylor & Francis e-Library, 2010. – 496 p.
20. *Killing J.P.* How to Make a Global Joint Venture Work / *Killing J.P.* // Harvard Business Review.

САЗОНЕЦЬ Ольга Миколаївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки Національного університету водного господарства та природокористування.

Наукові інтереси:

- міжнародна економіка;
- глобалізація сучасних економічних систем;
- інформаційні системи.

Тел.: (067)632-09-53.

E-mail: onsaz@mail.ru.

КАЧАН Олена Іванівна – аспірант кафедри міжнародної економіки Національного університету водного господарства та природокористування.

Наукові інтереси:

- корпоративні форми міжнародного бізнесу;
- міжнародний інформаційний бізнес.

Тел.: (067)672-68-50.

E-mail: olena.kachan@oa.edu.ua.

Стаття надійшла до редакції 13.10.2014.