

14. Словник сучасної економіки Макміллана; пер. з англ. О. Мороз, Т. Мороз; наук. ред. канд. екон. наук, доц. С. Слухай; гол. ред. Д.В. Пірс; 4-е вид., перероб. та доп. К.: АртЕк, 2000. 628 с.
15. Сучасний тлумачний словник української мови: 100 000 слів / За заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В.В. Дубічинського. Х.: Школа, 2009. 1008 с.
16. Халатур С.М. Особливості механізму функціонування інвестиційного ринку в Україні. Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2013. № 4. С. 121–124.
17. Шкодін І.В. Механізм удосконалення системи державного регулювання фондового ринку. Вісник Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ). 2013. № 1(16). С. 16–20.

Анотація. В статтю проведено аналіз структури ринку інвестицій в Україні. Определена сутність інвестицій як категорії. Обобщены научные подходы к трактовке сущности инвестиций и результатов их достижения. Проанализированы виды источников инвестирования. Рассмотрены структура и инфраструктура инвестиционного рынка. Отмечено, что инфраструктура инвестиционного рынка включает такие составляющие, которые одновременно являются субъектами данного рынка, а именно фирмы, фонды, центры, банковские учреждения, небанковские учреждения и биржи.

Ключевые слова: банковские учреждения, инвестиции, инвестиционная деятельность, инфраструктура, капиталовложения.

Summary. The article deals with the structure of investment market in Ukraine. The essence of investments as categories is found out. Generalized scientific approaches to the interpretation of the essence of investment and the results of their achievement. The types of sources of investment are analyzed. The structure and infrastructure of the investment market are presented. It is revealed that the infrastructure of the investment market includes such components, which simultaneously are subjects of the given market, namely firms, funds, centers, banking institutions, non-banking institutions and exchanges.

Key words: banking institutions, investments, investment activity, infrastructure, investments.

УДК 339.94

Петренко В. С.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, фінансів і підприємництва
Херсонського державного університету*

Карнаушенко А. С.

*кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки та фінансів
Херсонського державного аграрного університету*

Petrenko V. S.

*PhD in Economics, Associate Professor of the Department
of Economics, Finance and Entrepreneurship
Kherson State University*

Karnaushenko A. S.

*PhD in Economics,
Assistant Department of economics and finance
SHEI «Kherson State Agrarian University»*

МОТИВАЦІЯ СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

MOTIVATION OF CREATION OF JOINT ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF A GLOBALIZED ECONOMY

Анотація. Визначено мотивацію та причини створення спільних підприємств і перетворення їх у транснаціональні або багатонаціональні компанії. Надано визначення міжнародного спільного підприємства. Визначено переваги для малого та середнього бізнесу щодо створення окремого спільного підприємства з іноземною материнською компанією. Визначено головну причину створення спільного підприємства. Виявлено загрози, які можуть бути, якщо в державі працює лише одна мегакорпорація. Наведено перелік мегакорпорацій, які виробляють продукти харчування знаменитих брендів та продають по всьому світу

Ключові слова: спільні підприємства, транснаціональні (багатонаціональні) підприємства, мотиви та причини створення, іноземні інвестиції, материнська компанія, мегакорпорації, глобалізація.

Постановка проблеми. Сьогодні проблема глобалізації є однією з найбільш обговорюваних тем у світовому співтоваристві. Протягом останнього часу розвиток процесів глобалізації підвищився за рахунок науково-технічного процесу та ІТ-технологій. Також швидкому розвитку глобалізації сприяли доступ до вільної торгівлі в усьому світі, політичні перетворення у багатьох країнах, що супроводжуються зусиллями щодо розширення вільного підприємництва та необхідності об'єднати зусилля щодо захисту навколишнього середовища або ж потреба у входженні в нові ринки збуту. Процес глобалізації світового бізнесу зумовлює та стимулює до співпраці між країнами, економіками та підприємствами. Одним із найяскравіших проявів глобалізації є феномен міжнародного бізнесу, де важливу роль відіграють суб'єкти міжнародної економіки, які підтримують та поглиблюють процеси інтернаціоналізації в глобальному середовищі, – транснаціональні або багатонаціональні корпорації. Глобалізація стосується всіх суб'єктів господарювання – від малих сімейних ферм до гігантських мегакорпорацій. Цей процес зумовлює підприємства шукати для себе вигідних партнерів за межами власної країни та створювати транснаціональні компанії. Глобалізація надає та відкриває нові можливості розвитку бізнесу. Знайти вільну нішу на національному ринку є дуже складним процесом, тому багато міжнародних компаній зрозуміли, що єдиною можливістю зберегти стале зростання продажів – пошук нових міжнародних ринків збуту через об'єднання з місцевими підприємствами. Від даних об'єднань кожен із суб'єктів господарювання отримує власні переваги. Бізнес-альянси надають можливість компаніям отримати доступ до глобального ринку, не витрачаючи багато виробничих ресурсів. У кожного підприємства є власні мотиви для створення спільного підприємства, які відіграють важливу роль на протязі всього життєвого циклу спільного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чимало вітчизняних учених присвятили наукові роботи причинам і мотивам створення спільного підприємства, а саме: В. Александрова [3], М.М. Білий [8], І.І. Вівчар, М. Гороховатська, Я.Б. Дропа [7], О.О. Кахович [4], Ю.О. Кахович [4], В.П. Мозолін, О.П. Савіцька [5], Г.І. Сосновська, І. Столярова та ін. Але існують з даної тематики питання, які потребують додаткового дослідження.

Мета статті полягає у дослідженні та виявленні основних причин та мотивів, які стимулюють суб'єктів господарювання об'єднуватися та створювати спільні підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інвестиції іноземних транснаціональних компаній відіграють важливу роль у країнах, що знаходяться у статусі розвиваючих, але прагнуть стати розвиненими. Для країн такі інвестиції є засобом поліпшення загальної технологічної та економічної конкурентоспроможності національних підприємств. Вкладення іноземного капіталу проявляється у різних формах, але частіше всього відбувається створення спільного підприємства в різних його проявах (окремої юридичної особи, без створення юридичної особи або національне підприємство набуває статусу підприємства з іноземними інвестиціями).

Транснаціональні корпорації займають більше 75% у виробництві товарів та робіт у світовій торгівлі. Вони розглядаються як ключовий фактор глобалізації бізнесу. На Конференції ООН із питань торгівлі та розвитку надалося таке визначення: «Транснаціональні або багатонаціональні компанії – це підприємства, які виробляють та реалізують свою продукцію в більш ніж одній країні, зазвичай вони складаються з материнської компанії, роз-

ташованої в країні походження компанії, та близько п'яти філій. Багатонаціональна компанія вважається компанією, яка проводить дослідження, виробництво, продаж та інші види діяльності в різних країнах, а не тільки там, де є головний офіс. Водночас транснаціональні компанії активно створюють стабільні міжнародні корпоративні мережі з їх постачальниками, замовниками та партнерами. Вони отримують значну суму прибутку для інвестицій у дослідження та розвиток нанотехнологічного прогресу в глобальному масштабі».

Нині немає єдиного визначення спільного підприємства, але в науковій та юридичній літературі можна зустріти таке: «Міжнародне спільне підприємство – це об'єднання двох або більше бізнес-партнерів з окремих юрисдикцій для обміну ресурсами, розподілу ризиків та розподілу винагород від діяльності спільного підприємства. Спільне підприємство має елементи партнерства, але, як правило, формується для певної мети чи конкретного проекту, а отже, обмежується цілями, обсягом та тривалістю життєвого циклу. Внесок партнерів спільного підприємства часто відрізняється і, як правило, визначається на основі можливостей кожного партнера та характеру підприємства».

Міжнародні спільні підприємства дають змогу отримати набагато швидший і більш економічний доступ до зовнішніх ринків, ніж це можна досягти, придбавши існуючу компанію в юрисдикції або розпочавши нове підприємство. Спільні підприємства забезпечують швидкий доступ до каналів розподілу продукції, а також забезпечують доступ партнера-нерезидента до знань і ноу-хау на місцевому ринку, що значно підвищує ймовірність успіху для спільного підприємства. Партнер-резидент зазвичай має відносини з ключовими постачальниками та замовниками, а також володіє знаннями щодо культурних та традиційних звичок. Ці переваги можуть бути особливо важливими для малого та середнього бізнесу, який не має достатнього вільного капіталу, ресурсів або знань, необхідних для реалізації проекту власними силами. Міжнародні спільні підприємства дають змогу партнерам швидко, рентабельно та надійно переміститися на місцевому ринку з урахуванням репутації партнера-резидента.

Як показують дані статистики, майже 70% усіх створених спільних підприємств не досягають поставлених цілей, для яких вони були створені, тому перед тим як укласти договір про спільне підприємство, потрібно визначитися з мотивами та цілями спільного підприємств, адже в іноземного та національного партнерів вони можуть бути різними (рис. 1).

Мотиви, які перераховані та згадані на рис. 1, є важливими, але не вичерпними, тому що кожне підприємство визначається з причинами та мотивами самостійно. Автори переконані, що головними мотивами господарюючого суб'єкта до об'єднання в спільне підприємство є отримання максимального прибутку та задоволення потреб підприємства й власників (засновників).

Вчені виділяють такі мотиви та причини створення спільних підприємств (табл. 1).

Транснаціональні компанії власною господарською діяльністю підіймають економіку країни, в якій знаходиться її філіал чи спільне підприємство. За оцінками міжнародних експертів, міжнаціональні організації використовують 4% від загальної кількості зайнятого населення в розвинених країнах та 12% від усіх працівників у країнах, що розвиваються. Згідно з даними Європейської Комісії, багатонаціональні корпорації контролюють більше половини міжнародної торгівлі.

Сьогодні кількість головних офісів транснаціональних компаній становить близько 60 тис., при цьому по всьому світу поширюється близько 500 тис. філій. Багато транснаціональних компаній зросли до статусів мегакорпорацій, а їх річний оборот перевищує валовий національний продукт більшості країн. Кількість працівників найбільших транснаціональних компаній складається з декількох сотень тисяч. У 2015 р. General Motors був для

708 тис. працівників роботодавцем, компанія Siemens офіційно найняла 486 тис. осіб, а в компанії Ford Motor нараховувалося 464 тис. працівників.

Переважаюча більшість транснаціональних корпорацій (багатонаціональні та транснаціональні компанії) займається популяризацією власного бізнесу, вкладаючи прямі іноземні інвестиції в різні країни світу. За рахунок того, що транснаціональні компанії збільшили оборот вкладе-



Рис. 1. Мотиви національного та іноземного партнерів під час створення міжнародного спільного підприємства

Таблиця 1

Мотиви та причини створення спільних підприємств [1; 2; 4]

К.І. Іванченко	В.І. Терехов та М.Є.Петрук	Р. Вернон	В.Л. Євтєєв
1. Підвищення ефективності виробництва. 2. Розширення операцій. 3. Зменшення ризику під час виробництва нових видів продукції. 4. Розвиток сфер діяльності та відродження технологічних галузей.	1. Розширення ринку збуту своєї продукції, опанування нових ринків, доступ до нових технологій, ресурсів. 2. Усунення слабких місць та недоліків у діяльності власного підприємства. 3. Усунення у власному підприємстві високого рівня витрат, дефіциту ноу-хау, незадовільної структури збуту, дефіциту виробничих потужностей.	1. Доступ до фінансових ресурсів, факторів виробництва, інформації, новітньої технології, до більш передових методів управління, фінансування, маркетингу, організації виробництва. 2. Підприємство-інвестор має можливість використувати вигоди від розміщення в будь-якій країні (вигоди інтернаціоналізації). 3. Підприємство може використати у своїх цілях вигоди, які надає приймаюча країна іноземним інвесторам.	1. Підвищення ефективності виробництва. 2. Розширення операцій. 3. Зменшення ризику. 4. Розвиток завдяки залученню інвестицій, технологій, кваліфікації. 5. Включення в міжнародний розподіл праці.

них інвестицій, вони перетворилися на мегакорпорації та гігантів економічного бізнесу. Метою стратегічного розвитку мегакорпорації є підвищення рентабельності всіх складників та зменшення витрат на всіх етапах виробництва продукції.

У країні, де домінуюче положення займає лише одна велика компанія, це призводить до того, що мегапідприємство перетворюється на монополіста та здійснює вплив на політику та економіку країни. Держава, в якій переважають іноземні компанії, дедалі більше залежить від бізнес-стратегії такої компанії, і тоді дуже важко залишитися незалежними та суверенними. У результаті відбувається поділ світу на багатих та потужних, з одного боку, і бідних і залежних країн – з іншого. Багаті країни все більше зміцнюють свою економічну і політичну владу, а бідні – залишаються країнами, що потребують дотацій та вкладень з-за кордону, як наслідок, економіка підпорядкованих держав дедалі більше залежатиме від країн-інвесторів. З іншого боку, якщо в державі здійснюють господарську діяльність дві або більше однаково потужних компаній, це призведе до стрімкого розвитку її економіки. Основна мета корпорацій полягає у тому, щоб отримувати прибуток за мінімальних витрат, тому під час вибору об'єкта інвестування переважають країни, в яких дешева робоча сила та не потрібно дотримуватися високих екологічних стандартів. Однак велика кількість потужних транснаціональних компаній є небезпечним варіантом для компаній та урядів малих і бідних країн.

Усі найбільші бренди товарів у світі є власністю невеликої кількості транснаціональних корпорацій. Продовольчі товари, засоби для чищення, банки, авіакомпанії, автомобілі, медіакомпанії – все це знаходиться у власності мегакомпаній [9]. Загалом можна виділити 10 мегакорпорацій, які виробляють продукти харчування знаменитих брендів: Pepsico (Pepsi, Tropicana, 7up, Looza, Lays – загалом 44 види всесвітньовідомих товарів), Nestle (KitKat, Nescafe, Nuts, Lion, Maggi, NAN, Beba – 87 видів), Coca-Cola (Fanta, Sprite, Coca-Cola, Bonaqva, Fuze, Smartwater – 27 видів), Unileven (Calve, Knorr, Lipton, Saladar, Wish-Bone, BiFi, SlimFast – 42 види), Danone (Activia, Actimel – 20 видів), Mars (MandM, Snickers, Twix, Orbit,

Skittles, Milky-Way – 41 вид), General-Mills (Kix, Fiber-One, Liberte, Total, Trix – 43 види), Associated British Foods (Burgen, Twinings – 31 вид), Mondelez International (Milka, Jacobs, Oreo, Halls, Picnic – 82 види), Kellogg's (Eggo, CountryStory – загалом 49 видів всесвітньовідомих товарів).

Висновки. Формування спільних підприємств є віддзеркаленням ефективного розподілу капіталу в умовах інтернаціоналізації економік. Спільні підприємства є однією з рушійних сил міжнародної інтернаціоналізації виробництва, лібералізації міжнародної торгівлі, а в кінцевому підсумку глобалізації світової економіки, а також завдяки розвитку науково-технічної революції стають одним із найважливіших і найбільш домінуючих явищ у міжнародній економіці. Транснаціональні об'єднання підприємств історично є новим етапом у розвитку глобальних підприємств, рушійною силою нової глобальної системи, в якій передбачено вміння домовлятися між материнськими компаніями для майбутнього успіху їхнього спільного підприємства. Як і в кожному економічному явищі, можна виділити як позитивні, так і негативні моменти створення альянсів міжнародних підприємств. Окрім того, зацікавленість у створенні спільного підприємства, а також виділення мотивів та причин таких об'єднань у кожній материнській компанії є власними. У процесі діяльності спільного підприємства мотиви можуть змінюватися, тому дуже важливо, щоб керівники материнських компаній уміли вести переговори та врегульовувати спірні питання. За відсутності даних умінь спільне підприємство не досягає поставлених цілей та закінчується невдачею. Україні як країні з перехідною економікою потрібно активізувати та поліпшити економічний клімат для створення міжнародних спільних підприємств, поліпшити законодавчу базу з питань чесної конкуренції, щоб транснаціональні компанії не мали змоги впливати на політику та законодавчі рішення уряду нашої країни. У подальшому потрібно досліджувати такі питання, як стимулювання державою створення власних транснаціональних компаній, урегулювання законодавства щодо виводу фінансових активів спільних підприємств з України та виявлення економічно ефективних напрямів діяльності спільних підприємств у нашій державі.

Список використаних джерел:

1. Іванченко К.І. Особливості розвитку спільних підприємств в Україні. Регіональні перспективи. 2000. № 1(8). С. 80–82.
2. Евтеев В.Л. Региональная внешнеэкономическая деятельность. Ростовская область во внешнеэкономических связях: состояние, проблемы, тенденции развития: монография. Ростов-на-Дону. 2003. 512 с.
3. Александрова В. Спільне підприємництво як форма трансферу технологій. Вісник національної академії наук України. 2007. № 12. С. 24.
4. Кахович О.О., Кахович Ю.О. Мотиви створення спільних підприємств як одного із видів зовнішньоекономічної діяльності. Інвестиції: практика та досвід. 2012. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/>.
5. Савицька О.П., Дюс Х.М. Проблеми та тенденції розвитку спільних підприємств України. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.1. С. 284–290. URL: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2014/24_1/284_SAw.pdf.
6. Вересюк С.М., Михайловська О.В. Міжнародні спільні підприємства як передумова розвитку вітчизняної економіки. URL: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2014/24_1/284_SAw.pdfhttp://www.rusnauka.com/28_PRNT_2011/Economics/2_94839.doc.htm.
7. Дропа Я.Б., Петрів Н.Б. Підприємства з іноземними інвестиціями як форма залучення іноземного капіталу в Україну. Молодий вчений. 2015. № 8(23). С. 48–53. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/8>.
8. Білий М.М. Роль спільних підприємств у залученні інвестицій в умовах глобалізації економіки. Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. 2014. Т. 19. Вип. 2/5. С. 102–105. URL: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2014_19_2_5/25.pdf.
9. Главные мегакорпорации мира и как они связаны между собой. URL: <http://www.lifeguide.com.ua/>.

Аннотация. Определены мотивация и причины создания совместных предприятий и преобразования их в транснациональные или многонациональные компании. Дано определение международного совместного предприятия. Определены преимущества для малого и среднего бизнеса при создании отдельного совместного предприятия с иностранной материнской компанией. Определена главная причина создания совместного предприятия. Выявлены угрозы для государства, если на его просторах работает только одна мегакорпорация. Приведен перечень мегакорпораций, производящих продукты питания знаменитых брендов, продающихся по всему миру.

Ключевые слова: совместные предприятия, транснациональные (многонациональные) предприятия, мотивы и причины создания, иностранные инвестиции, материнская компания, мегакорпорации, глобализация.

Summary. The motivation and reasons for creating joint ventures and their transformation into transnational or multinational companies are determined. The definition of an international joint venture is given. The advantages for small and medium-sized businesses, as well as the creation of a separate joint venture with a foreign parent company, have been identified. The main reason for creating a joint venture is determined. Threats that may be detected if only one mega corporation is operating in the state. The list of megacorporations that produce well-known brands and sell them all over the world is listed.

Key words: joint ventures, transnational (multinational) enterprises, motives and causes of creation, foreign investment, parent company, mega corporations, globalization.

УДК 338.439:658

Касич А. О.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту*

Київського національного університету технологій та дизайну

Kasych A. O.

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Management Department*

Kyiv National University of Technologies and Design

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ

THEORETICAL BASIS OF MODERNIZATION PROCESSES MANAGEMENT

Анотація. У статті розглянуто теоретичні основи управління процесами модернізації в національній економіці. Узагальнено ключові теорії, зміст яких дає змогу встановити логіку та закономірності розвитку процесів модернізації. Виокремлено наукові підходи до дослідження процесів модернізації, що дає змогу визначити ключові характеристики вибору моделі модернізації для України.

Ключові слова: модернізація, управління, теорії, економічний розвиток, суспільство, процеси.

Постановка проблеми. Об'єктивною реальністю сучасного етапу розвитку суспільства є стрімкі зміни, які стосуються всіх сфер діяльності та вимагають осучаснення, тобто модернізації. Процеси модернізації нині набули глобального поширення, а тому їх ігнорування може призвести до фрагментарності економічного розвитку країни та втрати можливостей зростання у подальшому.

Українська економіка більше за інші потребує активізації процесів модернізації, оскільки країна на початку 1990-х років мала один із найкращих потенціалів для самостійного розвитку, але вже впродовж 26 років експлуатує наявний потенціал та не вийшла за показником ВВП на рівень до початку ринкових реформ. Саме тому питання активізації процесів модернізації та забезпечення ефективного управління ними зберігають свою важливість та потребують системного дослідження через призму наявної теоретичної бази.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процеси модернізації досить активно досліджуються в межах

багатьох галузей знань, оскільки їх багатогранність визначає важливість розкриття закономірностей та причинно-наслідкових залежностей. Серед найбільш значимих слід указати праці, в яких розглядаються процеси модернізації суспільства [1; 2; 13; 16; 19; 26; 27], економічної модернізації [3; 5; 9–12; 22; 30; 31]. Спрямування розвитку національної економіки на цілі модернізації через активізацію інвестиційно-інноваційної діяльності розглянуто в роботах [4; 6–8]. Однак той факт, що Україна характеризується низькою динамікою модернізаційних процесів, свідчить про необхідність розроблення ефективної моделі управління, яка б базувалася на узагальненні надбань існуючої науки.

Мета статті полягає в узагальненні висновків науковців у сфері теорії модернізації, визначенні основних підходів до розуміння сутності досліджуваних процесів для виявлення основних завдань управління задля активізації процесів у національній економіці України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на те що першоджерела теорії модернізації сяга-