

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ФІНАНСІВ, ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА ТУРИЗМУ
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
Очна форма навчання, 4 курс

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«Транснаціоналізація світової економіки»

401-ФМ 19004 КРБ

Розробив студент гр. 401-ФМ

___.__.2021 р. _____ Д. Апов

Керівник дипломної роботи

___.__.2021 р. _____ В.А. Свічкарь

Консультанти:

___.__.2021 р. _____ І.Б. Чичкало-Кондрацька

із міжнародних економічних відносин

___.__.2021 р. _____ Н.В. Безрукова

із транснаціональних корпорацій

___.__.2021 р. _____ А.А. Буряк

із міжнародної інвестиційної діяльності

Робота допущена до захисту:

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин

та туризму

___.__.2021 р. _____ І.Б. Чичкало-Кондрацька

Полтава 2021

ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ 1. Теоретичні аспекти транснаціоналізації світової економіки	7
1.1. Еволюція наукових підходів до розуміння природи ТНК	7
1.2. Ознаки та сутність процесу транснаціоналізації	18
Розділ 2. Особливості діяльності ТНК у різних галузях світової економіки	29
2.1. Функціонування компанії Philip Morris в умовах світового ринку	29
2.2. Діяльність транснаціональної корпорації Henkel на світовому ринку товарів побутової хімії	39
Розділ 3. Вплив діяльності транснаціональних корпорацій на економіку країн світу	51
3.1. Формування сучасного бізнес-середовища під впливом ТНК	51
3.2. Національні ТНК як чинник економічного розвитку країни походження	59
Висновки	67
Список використаних джерел	69
Додатки	76

ВСТУП

Найважливішою складовою і одночасно головним механізмом загальних процесів глобалізації виступає транснаціоналізація. Вона є найбільш суттєвим елементом і одним із основних регуляторів, що забезпечують єдність функціонування світової економіки.

Одна із характерних рис транснаціоналізації – різке зростання взаємозалежності національних держав, зумовлене визначальним впливом зовнішніх чинників і формуванням транснаціонального капіталу. Для сучасних транснаціональних корпорацій (ТНК) є характерним виникнення багатоаспектної системи відносин, що за своєю сутністю перевищує національні системи. У наш час немає жодного значного процесу в світовій економіці, що відбувався б без участі ТНК. Вони приймають як пряму, так і опосередковану участь у світових економічних, політичних та інших процесах розвитку соціуму. ТНК здійснюють свою діяльність у системі світового господарства, проте їх вплив поширюється також і на політичну сферу, що дозволяє розглядати ТНК поряд із державами і міжнародними організаціями. Рівень адаптивності організаційних структур ТНК, здатності до реагування на зміни у навколишньому оточенні, інтеграції факторів виробництва різної державної належності дозволили зайняти глобальним міжнародним корпораціям центральне місце в сучасній світогосподарській системі.

Стрімке зростання прямих іноземних інвестицій (ПІІ), вихід технологічного поділу праці за межі корпорацій, галузей і країн супроводжуються появою велетенських міжнародних науково-виробничих комплексів з філіями в різних країнах і континентах. ТНК трансформують світову економіку в міжнародне виробництво, забезпечуючи прискорення науково-технічного прогресу у всіх його напрямках – технічний рівень і якість продукції, ефективність виробництва, удосконалення форм менеджменту.

ТНК здійснюють все більший вплив на міжнародні відносини і світову економіку в цілому, розвиток якої в значній мірі визначається особливостями діяльності транснаціональних корпорацій. З огляду на це, без розуміння ролі

ТНК в міжнародному бізнесі, аналізу сучасних тенденцій їх розвитку неможливе усвідомлене сприйняття економічних, політичних та культурних світових реалій.

Новою та недостатньо вивченою проблемою лишається економічний розвиток країн, які зазнали системної трансформації, зважаючи на те, що процеси транснаціоналізації виробництва та капіталу мають у більшості таких країн (зокрема в Україні) лише двадцятирічний період історичного розвитку. Тому важливість запропонованого дослідження також обумовлюється необхідністю визначення шляхів оптимізації діяльності ТНК в Україні та активізації процесу залучення в Україну іноземного капіталу.

Вагомий внесок у теоретичне осмислення проблематики процесів транснаціоналізації, ролі ТНК у сучасному міжнародному бізнесі економічного механізму їх функціонування, пріоритетів та проблем розвитку в умовах глобалізації зробили зарубіжні науковці: Р. Вернон, Дж. Даннінг, М. Портер, А. Рагман,

Х. Перлмуттер, та ін. У широкому загальному зазначених проблем, необхідно виділити також дослідження вітчизняних науковців: Д. Лук'яненко, Є. Панченка, О. Рогача, В. Рокочі, Л. Руденко-Сударевої, А. Філіпенка, С. Якубовського та ін.

Метою дослідження є аналіз особливостей транснаціоналізації в умовах сучасної глобальної економіки.

Для досягнення зазначеної мети було поставлено й вирішено такі завдання:

- узагальнити та систематизувати наукові підходи до розуміння природи ТНК;
- визначити сутність та ознаки транснаціоналізації;
- дослідити діяльність компанії Philip Morris в умовах світового ринку;
- охарактеризувати розвиток корпорації Henkel на світовому ринку товарів побутової хімії;
- дослідити процеси формування бізнес-середовища, що відбуваються під впливом ТНК;

– виявити значимість національних ТНК як чинника економічного розвитку країни походження.

Об'єктом дослідження є транснаціоналізація економічного життя у системі

сучасного міжнародного бізнесу.

Предметом дослідження є діяльність ТНК в умовах глобальної економіки.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу випускної роботи становить сукупність загальнонаукових і спеціальних принципів, методів та прийомів наукового дослідження, використання яких зумовлене поставленими метою і завданнями. Методологічними засадами дослідження є системний підхід до аналізу економічних явищ і процесів, базові положення сучасної економічної теорії та теорії транснаціональних корпорацій. Для досягнення мети та вирішення завдань дослідження, використані такі загальнонаукові методи: індукція, дедукція, синтез, порівняння.

Інформаційну базу дослідження утворюють офіційні матеріали Державного комітету статистики України, Кабінету Міністрів України, монографії, збірники наукових праць, спеціальна періодична література, дані звітності компаній, всеукраїнських науково-практичних конференцій, електронні ресурси мережі Інтернет тощо.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1. Еволюція наукових підходів до розуміння природи ТНК

Транснаціональні корпорації є важливими учасниками сучасних міжнародних економічних відносин. За економічним потенціалом вони переважають держави і навіть цілі регіони планети. Еволюція їхнього розвитку розпочалася ще з давніх часів. В історії розвитку людства відомі факти виникнення компаній з притаманними їм ознаками транснаціональної діяльності ще в 1600 році, однак експансія розпочалася у XIX ст. Тому, розглядаючи сутність поняття транснаціональної корпорації, необхідно враховувати еволюцію підходів і думки різних економістів щодо природи ТНК. Дослідження діяльності ТНК є недавнім напрямом економічної науки. Дійсно, терміни «багатонаціональне підприємство» і «транснаціональна корпорація», що широко використовуються нині у термінологічному обігу, з'явилися в науковій літературі тільки в середині 60-х років XX ст. До цього часу фірми, що займалися виробничою діяльністю за кордоном, визначались або як «мультитериторіальні фірми», або як компанії з іноземними інвестиціями [58, с. 342]. У наш час багато економістів досліджують макроекономічні питання, у яких фірма розглядається як один з основних елементів економічної системи, але аспект її індивідуального розвитку у наукових публікаціях представлений мало.

Потрібно зазначити, що навіть в основі сучасних теорій діяльності ТНК лежать роботи таких економістів, як Т. Манн (директор з перших відомих у світі ТНК – Східної Індійської Компанії), А. Сміт, Д. Рікардо, А. Маршалл, К. Маркс.

У процесі становлення та еволюційного розвитку транснаціонального капіталу

і ТНК як форми функціонування транснаціонального капіталу виділяють декілька етапів, пов'язаних із формами експансії та напрямками торговельно-виробничої діяльності ТНК (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Етапи еволюції транснаціональної діяльності корпорацій [68]

Етапи	Характерні ознаки
I етап – друга третина XIX ст. перша половина XX ст.	1) Інвестування у сировинні галузі іноземних економік. 2) Створення в приймаючих країнах розподільчих та збутових підрозділів. 3) Виробництво однакової або слабо диференційованої продукції.
II етап – друга половина XX ст. – кінець XX ст.	1) Посилення ролі зарубіжних виробничих підрозділів ТНК. 2) Інтеграція зарубіжних виробничих і збутових операцій. 3) Стратегія диверсифікації.
III етап – з кінця XX ст.	1) Утворення мереж внутрішньофірмових зв'язків регіонального чи глобального масштабу. 2) Інтеграція наукових досліджень та розробок матеріально-технічного забезпечення, виробництва, розподілу, збуту. 3) Формування ТНК у країнах, що не є економічно розвинутих.

Таким чином, у процесі еволюційного розвитку ТНК зазнали істотних змін. За критерієм міжнародної економічної активності в їх розвитку виділяють чотири покоління. Діяльність ТНК першого покоління значною мірою була пов'язана з розробкою сировинних ресурсів колишніх колоній, що дає підставу визначити їх як «колоніально-сировинні ТНК». За своєю організаційно-економічною формою і механізмами функціонування це були картелі, синдикати і перші трести.

Починаючи з середини 30-х років XX ст. почали з'являтися перші праці, в яких досліджувалися фактори, що визначають географічне розташування прямих зарубіжних інвестицій. Ще в 1929 році Дж. Вільямс показав наявність протиріч між неокласичною теорією міжнародної торгівлі і розвитком міжнародного виробництва. У той же час інша група економістів розглядала існування зарубіжних виробництв як форму еволюції картелів. Так, французький економіст М. Бай у своїх дослідженнях показав, що для

підвищення ефективності діяльності нафтової промисловості доцільно ввести вертикальне управління всіма стадіями виробництва, яке можливе тільки в рамках однієї компанії або картелю [55].

ТНК другого покоління – ТНК типу «трест», їхня специфіка – міцний зв'язок із виробництвом військово-технічної продукції. Почавши свою діяльність у період між двома світовими війнами, деякі з цих ТНК зберегли свої позиції у світовій економіці й після Другої світової війни.

У 60-ті роки дедалі помітнішу роль почали відігравати ТНК третього покоління, які широко використали досягнення науково-технічної революції. Вони виступали в організаційно-економічній формі концернів і конгломератів. У 60-80-ті роки в діяльності ТНК органічно поєднувалися елементи національного і зарубіжного виробництва: реалізація товарів, управління та організація роботи персоналу, науково-дослідні роботи, маркетинг і післяпродажне обслуговування. Основні елементи відтворювального процесу переводилися на загальні для відповідних країн стандарти і принципи. ТНК третього покоління сприяли поширенню досягнень НТП до периферійних зон світового господарства і, що найголовніше, формували економічні передумови для появи міжнародного виробництва з єдиним ринковим та інформаційним простором, міжнародним ринком капіталу і робочої сили, науково-технічних послуг.

Із середини 60-х років ХХ ст. почали з'являтися перші теоретичні концепції діяльності ТНК. В них автори, аналізуючи операції ТНК, засновувалися на тих або інших особливостях їх діяльності. Зокрема, Р. Вернон досліджував рух американських прямих зарубіжних інвестицій у країни Європи, Р. Кейвс – диверсифікацію інтеграційної стратегії ТНК, Р.Алібер – фінансування ТНК своїх зарубіжних виробництв [68]. При цьому перші теоретичні концепції ТНК, описуючи тільки окремі аспекти діяльності корпорацій, не могли дати об'єктивну картину.

Разом з тим перші теоретичні підходи до розуміння діяльності ТНК визначили основні мотиви появи у ТНК прямих зарубіжних інвестицій:

- прагнення або до більш дешевих, або до більш якісних факторів виробництва в порівнянні з країною, з якої вивозяться інвестиції;
- вихід на нові ринки (особливо на ті, доступ на які обмежений митними бар'єрами);
- можливості урахування національної специфіки при виробництві товарів, орієнтованих на внутрішній ринок, залучення менеджерів, знайомих з особливостями попиту та пропозиції на місцевому ринку);
- зниження рівня конкуренції при придбанні активів іноземних фірм, діючих на одному з ТНК ринку;
- можливості досягнення позитивного ефекту зростання масштабу виробництва (знижуються загальні середні витрати).

Перелічені мотиви є загальними для більшості ТНК, однак потрібно зазначити, що в кожному конкретному випадку вони відрізняються. Наприклад, мотиви зростання обсягів прямих зарубіжних інвестицій американських автомобільних ТНК в Європі відрізняються від причин корейського інвестування в економіку Кувейту тощо.

На початку 80-х рр. поступово з'явилися та утвердились глобальні ТНК четвертого покоління, їх визначальними рисами є планетарне бачення ринків і функціонування в умовах глобальної конкуренції.

Характеризуючи сучасні тенденції в розвитку ТНК, слід відзначити, по-перше, вплив науково-технічного прогресу на розвиток транснаціонального капіталу; по-друге, особливості інноваційної діяльності ТНК; по-третє, прискорений розвиток і вдосконалення факторів виробництва, що використовуються ТНК. Останніми роками відпала необхідність у надвеликих підприємствах на територіях окремих держав, розрахованих на світовий ринок. З'являється можливість створювати заводи, що випускають одну і ту ж продукцію за однією і тією ж технології в ряді країн, тобто уніфікувати випуск продукції в міжнародному масштабі й організувати спільне виробництво з підприємствами, що знаходяться в різних точках земної кулі та мають різну

національну належність. Виробництво стає глобальним, з'являються підприємства, які працюють «на весь світ».

У середині 80-х років англійський економіст Дж. Даннінг запропонував багатофакторний підхід до пояснення природи діяльності ТНК. Дж. Даннінг вважає, що зростання виробництва в транснаціональних корпораціях визначається трьома

групами факторів, що підвищують конкурентоспроможність ТНК. Це:

- переваги власності;
- переваги дислокації, що визначають райони, де розташовані філії ТНК;
- переваги інтернаціоналізації, які пов'язані з можливістю отримання

більш високих і довгострокових прибутків за допомогою самостійної діяльності на зарубіжному ринку [11].

Значні можливості транснаціональних корпорацій, які дозволяють їм залежно від ситуації в приймаючій країні та власних конкурентних переваг вибирати той чи інший вид міжнародної діяльності, насамперед виробничої, та різноманітність рівнів аналізу операцій ТНК з боку економічної науки, привели до виникнення великої кількості доповнюючих одна одну концепцій діяльності ТНК. Ці концепції умовно можна розділити на групи залежно від загального для кожної групи теоретичного підходу: теорія ринкової влади, теорія інтернаціоналізації та привласнення, теорія міжнародної конкурентоспроможності, «податкова» теорія, теорія організаційних форм транснаціональних корпорацій, еkleктична теорія міжнародного виробництва.

Для кращого розуміння названих теорій, потрібно розглянути їх більш детально. С. Хаймер один з перших довів, що класичні та неокласичні теорії міжнародної торгівлі і руху капіталу не можуть повністю пояснити міжнародні операції ТНК. Так, у промислово розвинутих країнах ціни на такі фактори як робоча сила, енергоресурси та природні копалини відносно високі порівняно з країнами, що розвиваються. При цьому в промислово розвинутих країнах існує надлишок капіталу, що призводить до порівняно низької норми прибутку і ставки відсотка.

Ця ситуація з точки зору класичної та неокласичної економічної теорії, повинна стимулювати вивезення капіталу до країн, що розвиваються, де існує нестача капіталу і надлишок порівняно дешевої робочої сили та ресурсів. Однак у другій половині ХХ ст. основні потоки прямих зарубіжних інвестицій прямували саме до промислово розвинутих країн, що суперечить висновкам класичної та неокласичної економічної теорії.

Пояснюючи цю ситуацію, С. Хаймер обґрунтував тезу про те, що для ТНК основною метою діяльності є не зменшення витрат виробничого процесу, а отримання ринкової влади. Згідно з теорією ринкової влади на ранніх стадіях зростання, фірма розширює свою частку на національному ринку шляхом злиття і поглинання, збільшуючи концентрацію виробництва та капіталу. Коли подальше посилення ринкової влади у своїй країні стає неможливим (ринку розподілений між двома-трьома олігополіями, які не згодні втрачати незалежність, або державне антимонопольне регулювання не дозволяє подальшого збільшення концентрації на національному ринку), фірма інвестує прибуток за кордон.

З точки зору С. Хаймера, другим мотивом для іноземного капіталовкладення є «захисне інвестування». Ця стратегія ґрунтується на тому, що ТНК може створити іноземне підприємство не для збільшення чи збереження прибутку, а з метою не допустити своїх конкурентів на закордонні ринки. С. Хаймер розглядає «захисне інвестування» як олігополістичну поведінку, яка втілюється в короткострокову конкуренцію між невеликою кількістю господарюючих суб'єктів для завоювання ринкової влади.

Як зазначає В. Рокоча, вплив на конкуренцію через «захисне інвестування» породжує щонайменше дві важливі проблеми [56, с. 239]. По-перше, якщо припустити, що прямі іноземні інвестиції знищують конкуренцію на товарних ринках, то уряди приймаючих країн повинні контролювати діяльність закордонних філій, що вкрай несприятливо для ТНК. По-друге, «захисне інвестування» може спричинити також певні додаткові витрати. Так, закордонна філія ТНК буде схильна до лобіювання у місцевому уряді певних

захисних заходів, наприклад, запровадження імпорتنих обмежень на автомобілі. Від цього закордонна філія отримає додаткові прибутки, а країна-реципієнт програє, оскільки на ринку створюється монополія іноземного виробника, що супроводжується збільшенням цін у галузі.

Таким чином, дослідження С. Хаймера свідчать про те, що виникнення транснаціональної корпорації веде до зниження рівня конкуренції та до зростання бар'єрів входження до галузей, у яких функціонують ТНК. Теорія ринкової влади підкреслює, що для підтримки ефективності та прибутковості економічної діяльності фірма повинна постійно розширювати свій контроль над ринком.

Інший напрям теорії визначення природи ТНК – теорія інтернаціоналізації, в якій розвиток міжнародного виробництва аналізується з позицій зменшення трансакційних витрат та економії на масштабі сфери діяльності. За Р. Коузом підвищення ефективності організаційної структури компанії призводить до збільшення розміру фірми та її перетворення у транснаціональну корпорацію. При цьому, як підкреслює науковець, саме організація корпорації є рушійною силою підвищення ефективності її діяльності. Р. Коуз розглядає два випадки:

1. На ринку діє безліч незалежних фірм – і в умовах вільної конкуренції тільки ринок визначає їхню поведінку.
2. На ринку існує одна велика корпорація, що об'єднує раніше незалежні компанії.

На думку Р. Коуза більш прибутковим є координування економічної активності підприємцями, а не ринком, оскільки він є недосконалим. Науковець вважає, що фірмі необхідно збільшувати свої розміри доти, поки вона сама, а не ринок, зможе визначати свою діяльність. При цьому зарубіжні інвестиції розглядаються як засіб зменшення трансакційних витрат.

Трансакційні витрати пов'язані зі здійсненням ринкових договірних відносин і виникають тоді, коли відбувається перехід товару чи послуги від однієї технологічно відособленої структури до іншої, тобто коли має місце трансакція – угода, операція, контракт, договір [56, с. 38].

О. Вільямсон, спираючись на дослідження змін організаційних форм корпорацій у США, що призвели до створення сучасних ТНК, назвав трансакційні витрати «головним фактором організаційної еволюції корпорацій». ТНК, на його думку, є продуктом серії організаційних нововведень, мета і результат яких – економія трансакційних витрат. Іншими словами, ТНК – засіб зменшення цих витрат.

Іншим теоретичним напрямом, який доповнює концепцію інтернаціоналізації та ґрунтується на дослідженні галузей високих технологій, є теорія привласнення. Ця теорія ґрунтується на тому, що компанія має конкурентні технологічні переваги, здійснює іноземне інвестування для того, щоб, насамперед, підвищити ефективність використання новітніх технологій та створювати нові кращі продукти.

Прихильники названої теорії вважають, що для отримання потенційних доходів від своїх технологічних переваг компанії нерідко вигідніше встановлювати контроль за виробництвом і мати підприємство у своїй повній власності. На думку В. Рокочі, коли компанія володіє виключно інформацією щодо організації та контролю за певними технологічними процесами, то поділ контролю між кількома власниками неминуче призведе до зниження ефективності та якості. При цьому, якщо компанія розкриє свою інформацію для партнерів, ці знання навіть можуть бути використані для конкуренції з самою компанією [56, с. 237].

Прихильники теорії інтернаціоналізації та привласнення вважають, що головною метою іноземного інвестування є не збільшення чи отримання монопольної влади, а підвищення ефективності виробництва усередині ТНК та збереження її технологічного лідерства. Отже, створення іноземних філій сприяє підвищенню технологічного рівня та загальної ефективності функціонування економічної системи. У зв'язку з цим уряди країн експортерів та імпортерів капіталів мають стимулювати рух іноземних інвестицій.

Іншим теоретичним підходом щодо визначення діяльності ТНК є концепція міжнародної конкурентоспроможності галузі у різних її варіантах. Її основою стала модель життєвого циклу продукту Р. Вернона. Ця модель

заснована на тому, що наприкінці завершення життєвого циклу продукту його виробництво та збут у національній економіці зменшуються. З метою збереження прибутку фірма вимушена шукати нові закордонні ринки збуту для продукту – продовжувати цикл його життя. Екстраполюючи теорію життєвого циклу продукту на цілу галузь промисловості, Р. Стобаух дійшов висновку, що зростання ТНК відбувається по стадіях, які відображають закономірності розвитку відповідної галузі промисловості. На думку Р. Стоубаха, розвиток міжнародного виробництва є нічим іншим, як відображенням процесу подовження життєвого циклу в кожній галузі.

Для обґрунтування даної теорії Р. Стоубах наводить дослідження діяльності американських корпорацій. Ці корпорації з метою захисту від іноземних конкурентів, особливо на початковій стадії освоєння і випуску продукції, коли технологія ще не повністю стандартизована, а також для зниження транспортних і комунікаційних витрат організовують виробництво на території США. Поступово поряд з постачанням продукції на внутрішній ринок американські корпорації починають експортувати нові вироби за кордон. На цій стадії життєвого циклу продукту «материнська» корпорація повністю контролює його виробництво та експорт. Потім виробництво освоюється в інших країнах. Внаслідок цього відносна частка продукції, що експортується з США, поступово спадає [58, с. 42].

Однак на цьому еволюція галузі не завершується. Після того як витрати на випуск продукції у філіях відносно «материнської» значно зменшуються, ТНК починає імпортувати продукцію до національної економіки. Прикладом цього є діяльність більшості американських ТНК, експорт яких із США значно поступається обсягу імпорту до національної економіки.

Згідно з теорією міжнародної конкурентоспроможності галузі, розвиток ТНК відбувається внаслідок систематичного додання нових іноземних філій, та зростання продажу цих філій на закордонних ринках завдяки використанню технологій і розробок, створених у «материнських» корпораціях. У результаті філії виконують функцію продовження життєвого циклу продукту, початок нової стадії виробництва у «материнській» корпорації [78, с. 42].

Висновки цієї теорії є справедливими, насамперед, для галузей, де використання новітніх технологій не є основною конкурентною перевагою фірми, а попит на продукцію підтримується рекламою. Прикладом таких галузей є виробництво деяких продуктів харчової промисловості, одягу та взуття.

У зазначених галузях вплив філій ТНК, які використовують у своїй діяльності концепцію міжнародної конкурентоспроможності галузі, на економічний розвиток приймаючої країни не є однозначним. З одного боку, продаж ТНК на ринках країни-реципієнта відносно «застарілого» продукту не сприяє припливу нових технологій та навичок управління. З іншого, на ринку приймаючої країни загострюється конкурентна боротьба, що призводить до зниження цін та поліпшення загальної якості товарів у відповідній галузі.

Ще одним теоретичним напрямком, який пояснює причини виникнення ТНК, є «податкова» теорія. На думку В. Рокочі та О. Хорошуна, ТНК, використовуючи прямі іноземні інвестиції, знижують рівень оподаткування двома способами. Перший – створення виробничої філії у країні з порівняно низькими податками. Другий – використання ТНК механізму трансфертного ціноутворення, який дає змогу зареєструвати прибутки в країнах з низькою ставкою оподаткування, навіть якщо доходи були отримані в країнах з високими податками [56, с. 43].

Щоб зменшити податок на корпоративний прибуток, філія ТНК в країні з високим рівнем оподаткування може завищити ціну на товари чи послуги, які імпортуються із філії, яка розташована у країні з меншим рівнем оподаткування. Якщо підрозділ ТНК в країні з високим рівнем оподаткування експортує продукцію, то він може здійснювати цю операцію теж через філію, розташовану в країні з меншим рівнем оподаткування. У цьому випадку експортна ціна занижена. У такий спосіб як при імпорті, так і при експорті філія ТНК, розташована в країні з високим рівнем оподаткування, зменшує свій прибуток і відповідні податкові відрахування, а філія в країні з низьким рівнем

оподаткування підвищує свої прибутки. У результаті загальні податкові відрахування ТНК значно зменшуються [4, с. 43].

Теорія організаційних форм, якою займалися такі вчені як М. Акої та

І. Самсон, передбачає, що основним показником ефективності діяльності ТНК є форма її організації. Національні особливості в організаційних структурах ТНК неухильно втрачають свою вартість, і ТНК, поза залежність від розташування їх головних офісів, поступово перетворюються на наднаціональні об'єднання, які переслідують одну мету – максимізацію прибутку шляхом встановлення економічного господарювання у світовому масштабі.

Окремо потрібно зупинитись на еkleктичній теорії міжнародного виробництва, яка стала новим етапом у дослідженні проблем ТНК і нині перетворилась на провідну теорію міжнародного виробництва, залишивши далеко позаду за кількістю своїх послідовників і прихильників інші концепції ТНК. Еkleктична теорія при розгляді ТНК акцентує увагу на трьох ключових категоріях – перевагах власності, перевагах інтерналізації та перевагах розміщення. Для того щоб національна фірма могла перетворитися на ТНК, вона повинна передусім мати переваги власності («конкурентні переваги») порівняно з іншими фірмами. Саме невидимі активи, тобто особливі фірмові активи, значною мірою зумовлюють конкурентні переваги ТНК. Вони можуть визначатися двома факторами: власністю на вже створені унікальні чи особливі активи (наприклад, передова технологія); власністю на сукупні (загальні) додаткові невидимі активи (наприклад, здатність до творчих рішень, до створення нової технології).

Переваги інтерналізації пов'язані з подоланням недосконалості ринку (породженої національними кордонами, інформаційними труднощами та іншими факторами) за допомогою створення «внутрішніх ринків». Наявність переваг інтерналізації пояснює те, чому фірма не продає чи не здає в оренду свої активи, що базуються на людському капіталі, знаннях, а прагнучи звести

до мінімуму транзакційні витрати, обмежує їх поширення і функціонування мережею своїх виробничих філіалів.

Світогосподарська регіоналістика ТНК, визначається перевагами розміщення. Ці переваги з'являються внаслідок таких факторів, як розмір ринку, забезпеченість факторами виробництва і міжкраїнні відмінності в цінах на них, витрати зв'язку і транспорту. Вибір місця вкладання іноземних інвестицій визначається також з урахуванням таких міркувань, як макроекономічна стабільність країни, рівень конкуренції, торговельна політика, ступінь розвитку інфраструктури.

1.2. Ознаки та сутність процесу транснаціоналізації

Термін «ТНК» вперше з'явився в 1960-1962 роках і визначав ТНК як компанію, що має власні філіали в 2-х чи більше країнах. Пізніше це визначення ТНК зазнало критики, в тому числі з тих міркувань, що такі форми міжнародного бізнесу, як ліцензування, франчайзинг, управління по контракту, можуть не передбачати створення нової юридичної особи.

В економічній літературі поряд з поняттям «транснаціональної» компанії часто вживаються близькі за значенням терміни «багатонаціональна» та «глобальна компанія». Одні автори вживають ці терміни як синоніми чи еквіваленти до терміна «транснаціональна», інші, зокрема А.Семенов [62, с. 65], використовують термін «багатонаціональна» на позначення компанії, що контролюється діловими колами кількох країн («Royal Dutch Shell», «Unilever», «Daimler-Chrysler», «Aventis», «Microsoft»). При цьому термін «глобальна» використовується на позначення компанії, яка функціонує «глобально», тобто в масштабах усього світу. Водночас, науковець зауважує, що корпорацій, які функціонували б у всіх країнах світу, на практиці не існує, а тому термін «глобальні корпорації» не має

додаткового значення порівняно зі згаданими міжнародними корпораціями [73, с. 43]. Транснаціональний стиль діяльності, що поєднує переваги багатонаціонального та глобального стилів, дозволяє використовувати ексклюзивні прийоми справді транснаціональної компанії, зокрема – внутрішньокорпоративне кредитування, трансфертне ціноутворення, метод «випередження і відставання» («leads&lags») в оплаті поставок та обміні валют, а також фінансовий та податковий арбітраж. Транснаціональний підхід є найскладнішим для реалізації, отож кількість фірм, що повною мірою використовують його, доволі незначна, однак загалом елементи транснаціонального стилю притаманні більшості провідних компаній.

Іншим важливим елементом терміна ТНК є слово «корпорація». Вітчизняні тлумачні та енциклопедичні словники визначають його як американський синонім акціонерного товариства, яке в свою чергу трактується як основна акціонерна форма капіталістичних підприємств, капітал яких утворюється з внесків пайовиків (акціонерів) шляхом купівлі акцій. Це майже дослівно співпадає з визначеннями, які дають західні словники, зокрема, економічна енциклопедія: корпорація – північноамериканський термін на позначення акціонерної компанії та форми компанії, в якій певна кількість учасників вкладають кошти для фінансування компанії в обмін на акції компанії [55].

Тому жодних проблем із тлумаченням терміну «корпорація» не виникає. Водночас певні труднощі спричиняє прикладання цього терміна до ТНК, оскільки статус корпорації не є обов'язковим для транснаціоналізації компанії. Корпорація – не єдиний можливий суб'єкт транснаціонального бізнесу: зустрічаються масштабні прояви транснаціональної активності товариств і навіть одноосібних підприємств: концерн «Dandy» протягом значного періоду був одноосібним підприємством. Тому багато дослідників уникають терміну «транснаціональна корпорація», використовуючи більш загальні поняття «транснаціональна компанія» чи «транснаціональне підприємство».

Американський економіст Г. Перлмуттер вирішальним фактором, що визначає приналежність корпорації до категорії ТНК, вважає рівень «глобального мислення» вищих керівників, тобто здатність мислити та керувати у глобальному масштабі, що визначає відповідний стиль та методи управління [58, с. 98].

Дати повне та всеохопне визначення поняття ТНК надзвичайно складно, оскільки важко однозначно визначити, чи є транснаціональною корпорацією, наприклад, фірма, що спеціалізується на імпортно-експортних операціях, чи має один закордонний філіал. Пропонувалося визначати ТНК за національною приналежністю капіталів, величиною обороту, часткою закордонних активів та прибутків, часткою закордонного ринку в операціях та характером операцій, числом закордонних філіалів та дочірніх компаній тощо.

Суть транснаціональних корпорацій досліджується різними міжнародними організаціями (ЮНКТАД, ООН, СОТ), вітчизняними та зарубіжними вченими.

За визначенням ЮНКТАД, транснаціональними вважаються компанії, що, по-перше, мають дочірні підрозділи будь-яких організаційно-юридичних форм чи сфер діяльності в двох або більше країнах та, по-друге, здійснюють загальну координацію діяльності своїх зарубіжних підрозділів [14].

А комісія ООН з питань ТНК дає наступне визначення: «ТНК – це компанія, що включає одиниці в двох чи більше країнах не залежно від юридичної форми і поля діяльності, функціонує в рамках системи прийняття рішень, що дозволяють здійснювати узгоджену політику та впроваджувати загальну стратегію через один (чи більше) керуючий центр; в якій окремі одиниці пов'язані власністю чи іншим способом так, що один з них (чи більше) може мати значний вплив на діяльність других, зокрема розподіляти знання, ресурси і відповідальність з іншими» [78].

За А. Холлом ТНК – це компанія, яка розміщує свій адміністративний центр в одній країні, виробництво – у іншій, де дешева робоча сила, а прибутки оголошує у тих країнах, у яких низькі податки [2, с. 30].

У підручнику О. Рогача наводиться таке визначення, що ТНК – це корпорація, яка здійснює міжнародне виробництво на основі прямих іноземних інвестицій та має прямий контроль над своїми зарубіжними філіями [68].

Транснаціональні корпорації за визначенням І. Дахно – це акціонерні товариства, діяльність яких необмежена державними кордонами однієї країни. Наприклад, це фірма, корпорація, компанія, які виконують основну частину своїх операцій за межами країнами, де вона зареєстрована, найчастіше – у кількох країнах, де існує мережа відділень, філій, підприємств [17, с. 99].

У навчальному підручнику С. Якубовського зазначено, що транснаціональні корпорації є головним суб'єктом світогосподарських відносин і формою, що втілює в собі, як правило, усі види сучасного міжнародного бізнесу. Сучасні ТНК – це здебільшого великі за обсягом виробництва, активами, виключно ефективні з погляду виробництва і прибутку фірми. Вони мають великий економічний потенціал [78, с. 5].

В. Рокоча визначає ТНК як міжнародні фірми, що мають свої господарські підрозділи у двох або більше країнах, управління якими здійснюється з одного або декількох центрів на основі такого механізму прийняття рішень, який дозволяє провести узгоджену політику і загальну стратегію, розподіляючи ресурси, технології і відповідальність для досягнення результату – отримання прибутку [56, с. 39].

Найвичерпніше сутність ТНК характеризує наступне визначення. Транснаціональною корпорацією є група компаній приватної, державної або змішаної форм власності, ознаки яких є такими:

- ТНК знаходяться і функціонують у різних країнах;
- контролюються штаб-квартирою, яка розташована в одній конкретній країні;

- керуються загальною стратегією і скоординованою політикою;
- організують свою діяльність під впливом однієї чи кількох із цих компаній, особливо у сфері обміну знаннями і ресурсами;
- суттєво впливають на світовий ринок товарів і факторів їх виробництва [58].

ТНК можна визначити як інститут або організацію, що здійснює виробництво або послуги, не менше, ніж у шести країнах, у яких не менше 25% іноземних працівників і не менше 25 % капіталовкладень за рубежом. ТНК виникають у результаті концентрації капіталу в рамках конкретних корпорацій і розширення їхньої діяльності на основі міжнародного поділу праці.

ТНК перетворюють світову економіку у міжнародне виробництво, забезпечуючи прискорення науково-технічного прогресу в усіх його напрямках – технічний рівень і якість продукції, ефективність виробництва, вдосконалення форм менеджменту підприємствами. Разом з тим слід відзначити, що великі розміри не є обов'язковими для ТНК. Часто вони бувають порівняно невеликими за масштабами операцій, але незвичайно гнучкими, виключно ефективними з погляду отримання прибутку і організації виробництва (особливо у сфері наукомісткої технології чи обслуговування).

Транснаціональна корпорація складається з головної холдинг-компанії та підконтрольних зарубіжних підприємств:

- країна, в якій розташовується штаб-квартира ТНК або головна холдинг-компанія, називається країною базування (home country) транснаціональної фірми;

- країна, в якій розташовуються підконтрольні підприємства ТНК, має назву країни, що приймає (host country);

- головну холдинг-компанію часто називають батьківською або материнською компанією (parent company). Материнська компанія – це компанія, що контролює активи інших фірм у зарубіжних країнах, що приймають. Звичайно це відбувається шляхом володіння певною часткою акціонерного капіталу;

– зарубіжні підприємства транснаціональної фірми, як правило, об'єднують загальним поняттям «зарубіжні філії». В публікації ЮНКТАД із проблем ТНК термін «зарубіжні філії» охоплює кілька юридичних форм організації бізнесу:

– відділення, асоційовані та дочірні компанії.

Модель ТНК, а саме ступінь контролю головної компанії в різних підконтрольних підприємствах зображено графічно (рис. 1.1). Відповідно асоційовані компанії в найменшій мірі підконтрольні материнській компанії.



Рис. 1.1 Ступінь акціонерного контролю головної холдинг-компанії в різних підконтрольних підприємствах [56, с. 36]

Примітка: жирність стрілок залежить від ступеню контролю материнської компанії

Слід відмітити, що материнська компанія є центром контролю та прийняття стратегічних рішень. Саме тут визначаються розташування філій, обсяги та асортимент їхньої продукції, ринки збуту, стратегія передача технології та джерела фінансування зарубіжної діяльності. Філії організують виробництво товарів та послуг, здійснюють торговельну діяльність та наукові розробки.

Від материнської компанії до філії рухаються товари, капітал, технології, управління. Про те такі ж самі потоки факторів виробництва можуть спрямовуватися від однієї філії до іншої або навіть від філії до материнської компанії.

Головними критеріями транснаціональності в діяльності фірми є такі:

- система міжнародного виробництва, що ґрунтується на розміщенні виробничих
- одиниць по багатьох країнах;
- проникнення в передові галузі виробництва, швидкий розвиток яких передбачає наявність величезних капіталовкладень і залучення висококваліфікованих працівників;
- поведінка фірми, орієнтація і стратегія її менеджменту.

Згідно дослідної програми Гарвардського університету, до транснаціональних відносяться компанії, які мають більше шести зарубіжних дочірніх підприємств. Однак ЮНКТАД наводить наступні критерії віднесення корпорації до транснаціональної, а саме, ТНК включають головні підприємства та їх зарубіжні філії (дочірні компанії), при тому головне підприємство контролює активи інших господарських одиниць розташованих за межами країни базування материнської компанії, як правило, шляхом участі у капіталі. Для здійснення контролю за активами вважається частка капіталу не менше 10% звичайних акцій [14].

ТНК – це не тільки виробничі компанії, наприклад, такі як Siemens, Bosh, General Electric, але і транснаціональні банки, такі як Bank of America, Bank of China, Citigroup, телекомунікаційні компанії – Vodafone, Telefonica, America Movil, компанії страхування – China Life Insurance, American Intel Group, аудиторські, інвестиційні компанії – UBS, Goldman Sachs Group, Berkshire Hathaway.

Причини становлення і розвитку ТНК різноманітні, але всі вони в тій або іншій мірі пов'язані з недосконалістю ринку, існуванням обмежень на шляху

розвитку міжнародної торгівлі, сильною монопольною владою виробників, валютним контролем, значними транспортними витратами, відмінностями в податковому законодавстві різних країн.

Для ще більш повного розкриття суті варто зазначити ознаки та риси корпорації. Визначальними ознаками ТНК, на наш погляд, є:

- здійснення своєї виробничої, складальної, торгівельної або сервісної присутності;

- у двох або більше країнах, і при цьому здійснення значної частини обороту;

- за кордоном та одержання великої частки прибутків від закордонної діяльності;

- інвестування значної частини своїх активів за кордоном у формі ПІІ;

- наявність відпрацьованого механізму координації діяльності філіалів та їх міжнародної взаємодії, причому цей механізм обов'язково включає можливість застосування трансфертних цін у поставках між своїми філіалами та «глобальне бачення» при прийнятті управлінських рішень;

- перебування поза юрисдикцією окремої держави, міждержавних об'єднань чи міжнародних організацій.

Основні ознаки ТНК такі:

- активна участь у розвитку світового господарства, в процесах міжнародного поділу праці;

- висока інтенсивність внутрішньокорпоративної торгівлі між розташованими у різних країнах підрозділами;

- відносна незалежність у прийнятті рішень від країн базування і приймаючих країн;

- характерна незалежність руху капіталу від процесів, які виникають у національних межах;

- глобальна структура зайнятості і міждержавна мобільність менеджерів, розробка, передача і використання передової технології в рамках зайнятої корпоративної структури;

- об'єктивно регулює світогосподарські відносини, здійснюючи операції з метою вилучення високого прибутку;
- для ТНК характерний особливий підхід до відносин зі своїми клієнтами та конкурентами [54].

Існують два аспекти діяльності міжнародних корпорацій: територіальний та інтернаціональний. Територіальний полягає у тому, що кожна корпорація прагне одержати доступ до найбільш дешевих природних та трудових ресурсів, скоротити витрати на транспортування товарів та обійти митні та інші бар'єри. Інтернаціональний аспект припускає, що корпорація, яка має філії у декількох країнах, може, використовуючи перевагу масштабу, економічно більш ефективно виробляти товар, ніж кілька незалежних корпорацій [78].

ТНК мають ряд незаперечних переваг. Зарубіжні філії відіграють виключно важливу роль у забезпеченні доступу до іноземних ринків, зниження витрат виробництва, підвищенні прибутку. Все це забезпечує фінансову стійкість ТНК і допомагає їм переживати періоди криз. ТНК мають у своєму розпорядженні природні та людські ресурси, а також науково-технічний потенціал інших країн, мати переваги не тільки від розширення території експлуатації, а й внаслідок отримання вигоди з різниці економічного становища країн. Маючи філії та дочірні компанії у різних країнах, ТНК можуть:

- здійснювати швидкий господарський маневр, зосереджуючи ті чи інші виробництва у країнах з дешевою сировиною та низькими ставками заробітних плат;
- прагнути одержувати високі прибутки у країнах, де існує низький рівень оподаткування;
- оптимізувати свої виробничі та збутові програми відповідно до специфічних умов різних національних ринків;
- маніпулювати балансами своїх закордонних філій і дочірніх компаній, підкоряючи їх політику прибутків і витрат інтересам центральної штаб-квартири;
- можливість консолідації фінансових та інших ресурсів для здійснення дій, спрямованих на розширення або консолідацію своєї частки ринку в певній

країні, що надає їй надзвичайні можливості, особливо у конкуренції з національними компаніями. Такі ресурси можуть бути залучені як від головної ТНК або підрозділів компанії в інших країнах, так і від інших видів бізнесу компанії;

- використовувати певну збутову мережу (оптову та роздрібну) в усіх країнах світу.

Окрім можливостей стабільного збуту продукції, це дає ТНК змогу з меншими витратами диверсифікувати свою діяльність, а також отримати економію на масштабах операцій (за рахунок зниження витрат на збут). Це створює також переваги для входження у нові види бізнесу, що характеризується високими темпами зростання на певних національних ринках;

- диверсифікована ТНК може використати своє торговельну марку, з тим, щоб здійснювати нові види діяльності, спираючись на маркетингові переваги, адже витрати на рекламу та просування товару на ринок під торговельною маркою набагато менші, ніж у випадку, коли національна компанія диверсифікує свою діяльність, пропонуючи на ринок новий товар;

- централізовано координувати дослідження і розробки результати якого в майбутньому можуть використовуватися як філіями в різних країнах, так і в різних видах бізнесу, який здійснюють підрозділи ТНК;

- передавати ключові технології та ноу-хау. При цьому ТНК має можливість економити фінансові ресурси та одержувати кращі результати порівняно з компаніями, які проводять дослідження та розробки для окремого виду кожного бізнесу самостійно.

Однак, саме з діяльністю ТНК пов'язують безліч проблем сучасної цивілізації, які стали особливо актуальними останнім часом – неконтрольоване поглиблення бідності на планеті, дефіцит харчових продуктів, погіршення екологічного стану та ін. Тому особливо важливою наразі є концепція корпоративної соціальної відповідальності, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля. Їй притаманні такі риси:

– відкритість діяльності корпорації з акцентом на те, як саме ця діяльність сприяє соціальним та економічним змінам;

– готовність використати величезну міць корпорації в гідному напрямку (наприклад, технологічний трансферт і адаптація технології до місцевих умов);

– чесність, яка дуже часто означає, що продавець повинен не лише уникати шахрайства, але навіть не допускати можливості його виникнення;

– ясність тому, що вона допомагає пом'якшити ворожість, якщо знайти спільну мову з тими, хто негативно налаштований проти корпорації.

Потрібно відзначити, що деякі корпорації, реалізуючи принципи корпоративної соціальної відповідальності, ввели у структури невеликі відділи по веденню благодійної діяльності, та почали більш ретельно ставитися до співпраці з урядами та громадянським суспільством у питаннях екологічних наслідків від власної виробничої діяльності. Передбачається, що останні досягнення науки у таких галузях, як поновлення джерел енергії, опріснення води, нові ліки й вакцини, технології щодо відтворювання лісів стануть предметом фінансування ТНК.

Отже, вирішальним у визначення ТНК є не стільки те, з яких країн надходить капітал, скільки те, куди він прямує, де оперує, звідки здобуває прибутки. Більшість сучасних ТНК становить один національний, а не багатонаціональний капітал.

Таким чином, проаналізувавши теоретико-методологічні підходи до визначення ролі ТНК у сучасній міжнародній системі господарювання, можна відмітити наступне. Теоретичне осмислення розвитку транснаціональних корпорацій почалось ще в 30-х роках ХХ століття з досліджень Д. Вільямса, який показав наявність протиріч між неокласичною теорією міжнародної торгівлі і розвитком міжнародного виробництва та М. Бая, який досліджував ефективність вертикально інтегрованих компаній. Однак, справжній науковий розвиток проблематика транснаціоналізації господарства отримала в 60- 80-х роках ХХ століття.

Дослідження науковців різних наукових шкіл дозволили сформувати

основні чинники появи корпорацій: а) отримання дешевих або якісних факторів виробництва; б) вихід на нові ринки збуту; в) зниження рівня конкуренції; г) зниження витрат виробництва; д) підвищення конкурентоспроможності. На основі перелічених чинників сформовані основні теоретичні уявлення стосовно діяльності транснаціональної корпорації.

ТНК на сучасному етапі контролюють більше половини світової торгівлі і фінансів, найбільш прибуткові галузі і виробництва в різних країнах. Із початку ХХІ ст. ТНК виступають однією з основних рушійних сил та організаційних форм здійснення структурних зрушень в глобальній економіці. Міжнародне виробництво ТНК нині формує нові контури міжнародного поділу праці, визначає тенденції регіональних та внутрішньодержавних секторальних змін.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК У РІЗНИХ ГАЛУЗЯХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1. Функціонування компанії Philip Morris в умовах світового ринку

Philip Morris International (надалі Philip Morris) – одна з найбільших тютюнових компаній у світі, яка виробляє багато марок сигарет, що користуються найбільшим попитом у споживачів. Входила до складу Altria Group. За власною оцінкою компанії, Philip Morris займає більше 15% світового ринку тютюнової продукції. Компанія входить до рейтингу глобальних компаній Forbes, в якому у 2019 році зайняла 181 місце серед 2000 компаній (додаток Б) [82].

Заснована у 19 столітті, компанія Philip Morris перетворилася на організацію глобального масштабу. Історія компанії почалася з єдиного магазину з продажу тютюну і сигарет, відкритого Філіпом Моррісом у 1847 році в Лондоні на Бонд-стріт. Після смерті містера Морріса його бізнес перейшов до дружини Маргарет і брата Леопольда. У 1881 році компанія стала відомою, Леопольд Морріс разом з Джозефом Грюнбаумом заснували компанію Philip Morris & Company and Grunebaum, Ltd. У 1885 році ці партнерські відносини були розірвані, а компанію перейменовано на Philip Morris & Co., Ltd.

Компанія вийшла з-під контролю сім'ї, яка її заснувала, в 1894 році, коли володіння нею перейшло до Вільяма Куртіса Томсона і його родини. Під час правління Томсона компанія постачала тютюн до королівського двору Едварда VII, а в 1902 році була зареєстрована Густавом Екмейером у Нью-Йорку. Володіння компанією було розділено навпіл між англійськими та американськими партнерами. З 1872 року Екмейер був єдиним представником компанії Philip Morris у США; він імпортував і продавав сигарети, вироблені в Англії.

1919 рік став переломним для компанії. Він був ознаменований появою товарного знаку Philip Morris у вигляді корони, придбанням компанії Philip Morris у США новою фірмою, власниками якої були американські акціонери, а також реєстрацією у Вірджинії під назвою Philip Morris & Co., Ltd., Inc. До кінця наступного десятиліття компанія стала виробляти сигарети на своїй фабриці у Річмонді, штат Вірджинія; а в 1924 році з'явилася марка сигарет Marlboro, яка згодом стала однією з найвідоміших.

До середини 50-х компанія стала частиною американської культури, й незабаром після цього було покладено початок компанії Philip Morris Інтернешнл, призначеної для виробництва та збуту продукції в усьому світі.

Завоювавши тверді позиції в Сполучених Штатах, керівництво компанії Philip Morris вирішило продавати свою продукцію у всьому світі. У 1954 році була заснована компанія Philip Morris (Australia) Ltd, а через рік після цього – міжнародне відділення Philip Morris Overseas, яке 1961 року перетворилося на компанію Philip Morris. У той час з'явилося поле діяльності для вражаючого розширення ринків збуту шляхом укладення ліцензійних угод і швидкого збільшення числа філій компанії по всьому світу. У 1963 році з'явилася наша перша філія в Європі під назвою Swiss Fabriques de Tabac Réunies [30].

До 1972 року обсяг продажів компанії Philip Morris досяг 113 мільярдів одиниць; до того часу на багатьох ринках в усіх куточках світу були налагоджені виробництво й збут. Для поширення на території колишнього Радянського Союзу фахівцями компанії були розроблені сигарети в американському стилі, завдяки чому в 1977 році відкрився доступ до ринків збуту, які перебували за Залізною Завісою.

Від часу заснування компанії Philip Morris утвердила свої позиції в країнах і областях усього світу, включаючи Центральну й Південну Африку, а також Японію. У період з 1981 по 2016 рік обсяги збуту зросли з 249 мільярдів сигарет до 761 мільярдів. Пропорційно до цих показників зростав й операційний прибуток [30].

У 90-х відкрилися жорстко контрольовані ринки Східної Європи, у компанії Philip Morris з'явилися контрольні пакети у кількох фабриках у Литві, Росії й Польщі.

В Україні філія компанії відкрилася в 1993 році. У 1994 році було підписано договір про інвестиції у АТ «Харківська тютюнова фабрика» і було придбано 51% їх акцій. «Філіп Морріс Україна» – це виробництво у Харківській області, центральний офіс у Києві, 9 регіональних офісів та 6 складів для дистрибуції [30].

На сьогодні у Philip Morris працюють більш ніж 75 000 працівників (в Україні – близько 1300 чоловік, 900 з них працюють безпосередньо на фабриці). Більше п'ятнадцяти років «Філіп Морріс Україна» успішно працює на ринку України, за цей період загальний обсяг інвестицій складає 250 млн доларів США. На фабриці в Україні виготовляють такі відомі марки сигарет, як Parliament, Marlboro, Virginia Slims, Chesterfield, Muratti, L&M, Bond Street, Next, Vatra Premium, Kosmos, President, Optima, Vatra Filter, Lider для внутрішнього ринку, а також на експорт у Грузію, Вірменію та Молдову [30].

Основними конкурентами «Філіп Морріс Україна» є компанії: Imperial To-bacco Group, JTI та інші.

Слід зазначити, що тютюн є найбільш культивованою непродовольчою культурою у світі. Під нього зайнято близько 0,3% світових сільськогосподарських угідь. Тютюнова сировина виготовляється як для внутрішнього споживання, так і для реалізації на зовнішньому ринку. Річний обсяг світового виробництва тютюну складає близько 5,8 млн т; з них 67% приходить на долю тютюну Virginia, 14% – на долю Burley, 13% – на долю тютюну Orient. Найбільшими виробниками тютюну у світі є Китай, США, Індія, Бразилія, Турція, Індонезія; у Європі – Греція, Італія та Болгарія. Щорічний експорт тютюнової промисловості складає від 20 до 30% загального обсягу виробництва. Найбільшими експортерами тютюнової сировини є Бразилія, США, Зімбабве, Турція, Італія, Греція. Найбільшими імпортерами тютюну є США, Німеччина, Велика Британія, Японія, Голландія. Основні виробники цигарок – США, Китай та Великобританія. Найбільша кількість

тютюнозалежних споживачів живе в Китаї, Йємені, Камбоджі та Джібуті. Розподіл ринку між компаніями: CNTC (Китай) – 33,7%, Altria (США) – 17,6%, British American Tobacco (США) – 15,1%, Imperial Tobacco (Великобританія) – 3,6% та інші компанії – 30%.

Український тютюновий ринок є одним з найбільш конкурентних та динамічних серед національних ринків тютюнової продукції. На ньому представлено близько 100 бренд-сімей і понад 350 найменувань сигарет, що свідчить про широкий вибір пропозицій і високий рівень конкуренції.

Динамічність ринку визначається наявністю великої різноманітності сигаретних форматів, частина з яких активно ростуть. Все більшу популярність набирають сучасні формати сигарет – Super Slims, King Size Super Slims, а також Slims і зовсім новий формат Queen Size. За останній рік їхня сукупна частка збільшилася на чверть і сьогодні становить 17% (за даними AC Nielsen за квітень 2019) [30].

У розрізі сегментації ринку за міцністю сигарет також спостерігається тенденція до зростаючого попиту на сигарети з порівняно меншим вмістом смол і нікотину. Україна відрізняється від багатьох інших європейських ринків тим, що переваги українських курців в основному пов'язані з сигаретами невисокою міцності, вміст смол в яких становить 1-8 мг. На частку таких сигарет припадає 70% ринку. При цьому сегмент сигарет з вмістом смол 1-4 мг займає практично чверть ринку і продовжує зростати.

Сьогодні більше 80% всіх сигарет, що продаються в Україні, представлені в низькому і середньому цінових сегментах. Разом з тим єдиним зростаючим на сьогодні ціновими сегментом є «суперпреміум» сегмент. За останній рік частка дорогих сигарет зросла на 1,9%.

Рівень споживання тютюнової продукції в Україні в цілому залишається сталим. За даними опитування споживачів в 2010-2016 році, регулярно курять 33% дорослого населення України (приблизно 9,3 млн. чоловік), викурюючи в середньому 16,8 сигарет на день. Протягом останніх двох років частка курців і частота куріння не зазнавали істотних змін [30].

Головна тенденція тютюнового ринку в Україні останніх років – падіння обсягів легального виробництва. Починаючи з 2009 року частка легально виробленої сигаретної продукції скорочувалася щорічно в середньому на 10%. І сьогодні спостерігається продовження даної тенденції [30].

Ситуація, коли споживання залишається стабільним, а обсяги легального виробництва скорочуються, свідчить про заміщення легального продукту нелегальним. Зростання пропозицій дешевої неврахованої продукції на ринку є результатом неодноразового непрогнозованого підвищення ставок акцизного збору на сигарети. Українські курці, не витримуючи систематичного підвищення цін на легальні сигарети, переходять на більш дешеву контрабандну та контрафактну тютюнову продукцію.

Тютюнова промисловість на ринку України представлена наступними компаніями, які працюють як на національний ринок, так і на експорт:

- Джей Ті Інтернешнл Компані Україна, ЖТІ
- Бритіш Американ Тобакко Україна, ПАТ
- Філіп Морріс Україна, РМ
- Імперіал Тобако Юкрейн, ІТГ

За даними АС Nielsen Україна, найбільшим виробником сигарет та лідером тютюнової промисловості в Україні є ПрАТ «Філіп Морріс Україна», філіал компанії Philip Morris.

Основними конкурентами Philip Morris є компанії: Imperial Tobacco Group, ЖТІ, та інші. Розглянемо їх детальніше.

Imperial Tobacco Group – провідна міжнародна тютюнова компанія, яка займається виробництвом, дистрибуцією і продажем широкого спектру тютюнових продуктів. Компанія представлена в понад 160 країнах світу, управляє близько 50 фабриками в різних регіонах планети і об'єднує 38 000 співробітників.

Історія компанії почалася в 1901 році. Протягом майже ста років Imperial Tobacco була переважно британською компанією, яка мала сильні позиції у Великобританії, Західній Європі, Австралії, Азії та Африці. Але з 1997 року компанія почала свою міжнародну експансію за рахунок органічного зростання

і придбань, ставши в результаті однією з найбільших тютюнових компаній у світі. За цей час Imperial Tobacco витратила понад 17 мільярдів фунтів стерлінгів на придбання.

Сьогодні Imperial Tobacco входить до індексу FTSE 100 компаній, що котируються на Лондонській фондовій біржі. Штаб-квартира компанії знаходиться в м. Брістоль, Великобританія. Річний обсяг виробництва в 2016 році склав 308,7 мільярда сигарет, річний оборот 2016 - 28,2 мільярдів фунтів стерлінгів. Компанії належать такі бренди як Davidoff, Gailouses, Golden Gate та інші [83].

JTІ (Japan Tobacco International) — це міжнародний тютюновий бізнес корпорації Japan Tobacco, яка за розміром посідає третє місце у галузі, маючи 11-відсоткову частку світового ринку та капітал приблизно 32 млрд. дол. США [10]. Сформувалася у 1999 році, коли корпорація Japan Tobacco за 8 млрд. дол. США придбала міжнародний бізнес транснаціональної компанії R.J.Reynolds (США). У 2007 році компанія Japan Tobacco за 9,4 млрд. фунтів стерлінгів стала власником компанії Gallaher, яка входить до індексу FTSE 100. На той час це було найдорожче іноземне придбання, коли-небудь здійснене компанією з Японії.

JTІ мають співробітників у 60 країнах. Продукція компанії виготовляється в 27 і продається у 120 країнах світу [44]. Компанія ще молода, але має солідний досвід виготовлення тютюнових виробів і славні традиції, що сягають XVIII століття. Їй належать такі всесвітньо відомі торгові марки, як Winston, Camel, LD, Sobranie, Glamour.

Не дивлячись на те, що компанія Philip Morris має таких сильних конкурентів, за підсумками 2016 року вона є лідером продажів на світовому ринку тютюнової промисловості. Від часу заснування компанії Philip Morris утвердила свої позиції в країнах і областях усього світу, включаючи Центральну й Південну Африку, а також Японію. У період з 1991 по 2014 рік обсяги збуту зросли з 249 мільярдів сигарет до 761 мільярдів. Пропорційно до цих показників зростав й операційний прибуток [44].

У 90-х відкрилися жорстко контрольовані ринки Східної Європи, у компанії Philip Morris з'явилися контрольні пакети у кількох фабриках у Литві, Росії й Польщі. Крім того, були побудовані нові фабрики, наприклад, у містах Санкт-Петербург у Росії, Алма-Аті у Казахстані.

Аналіз сильних та слабких сторін компанії Philip Morris (внутрішнє середовище) та можливостей і загроз (зовнішнє середовище) наведений у табл. 2.1. Компанія користується чималим попитом на ринку тютюнової продукції. Вона є всесвітньо відомою і має у своєму портфелі доволі сильні торгові марки, що дозволяють їй без проблем залишатись на плаву.

Отже, як бачимо, компанія має всі шанси, щоб стати лідером на ринку тютюнової продукції та утримувати цю позицію як найдовше. Не дивлячись на те, що сама галузь є дуже суперечливою і часто викликає на себе нарікання різноманітних організацій, а також притісняється законами на заборону реклами або публічних зображень продукції.

Таблиця 2.1

SWOT – аналіз компанії Philip Morris

<p style="text-align: center;">Сильні сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> – Стабільність компанії і популярність її брендів; – ефективна мотивація дистриб'юторів; – широка дистриб'юторська мережа; – активна маркетингова політика; – використання натуральних інгредієнтів; – випуск супроводжуючих друкованих матеріалів про продукцію; – широкий асортимент продукції; – участь у благодійних акціях. 	<p style="text-align: center;">Слабкі сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> – Продукція шкодить здоров'ю; – різні смаки та переваги покупців.
<p style="text-align: center;">Можливості</p> <ul style="list-style-type: none"> – Стабільний попит на продукцію; – створення нових робочих місць; – вихід на новий ринок; – розширення виробничих можливостей, шляхом відкриття нових заводів для виробництва сигарет, сигар та іншої тютюнової продукції; – розширення асортименту продукції. 	<p style="text-align: center;">Загрози</p> <ul style="list-style-type: none"> – Наявність сильної конкуренції на ринку; – нестабільна економічна ситуація; – вплив падіння курсу національної валюти; – несприятлива для виробництва грошово-кредитна політика держави; – нестабільна законодавча база; – подорожчання всіх видів енергії і відсутність енергозберігаючих технологій.

Джерело: розроблено автором на основі [9]

Тим не менше, компанія має свої сильні сторони:

- стабільність компанії і популярність її брендів (Parliament, Marlboro, Virginia Slims, Chesterfield, Muratti, L&M, Bond Street);
- ефективна мотивація дистриб'юторів;
- широка дистриб'юторська мережа;
- активна маркетингова політика;
- використання натуральних інгредієнтів;
- випуск супроводжуючих друкованих матеріалів про продукцію;
- широкий асортимент продукції;
- участь у благодійних акціях.

Стабільне положення на ринку дає компанії можливість отримувати значні прибутки, про що свідчать дані фінансової звітності (додаток В). Основні показники діяльності Philip Morris представлені в табл. 2.2.

Ринок тютюнових виробів є доволі привабливим, але для того, щоб вийти на нього треба враховувати певні моменти:

- високий рівень стартових витрат для нових гравців ринку;
- необхідність витрат на диференціацію продукту;
- вартість створення бренду;
- доступ до каналів дистрибуції;
- переваги в собівартості старих гравців ринку;
- політичну ситуацію.

Нові конкуренти не витримують цінової війни з існуючими компаніями. Вони потребують значних інвестицій у виробництво. Компанія Philip Morris на ринку вже досить давно і з року в рік обсяги її продажів збільшуються, а попит на її продукцію та прибуток щорічно ростуть.

Український тютюновий ринок є одним з найбільш конкурентних та динамічних серед національних ринків тютюнової продукції. На ньому представлено близько 100 бренд-сімей і понад 350 найменувань сигарет, що свідчить про широкий вибір пропозицій і високий рівень конкуренції. Динамічність ринку визначається наявністю великої різноманітності сигаретних форматів, частина з яких активно ростуть. Все більшу популярність

набирають сучасні формати сигарет – Super Slims, King Size Super Slims, а також Slims і зовсім новий формат

Таблиця 2.2

Основні фінансові показники компанії Philip Morris, 2019 р.

[30,77]

Показник	Сума, млн. дол. США
Валовий оборот (в тому числі збори, акциз та інші податки)	78 098
Дохід (після відрахування зборів, акцизу та інших податків)	18316
Прибуток від операцій	11 503
Скоригований прибуток	10589
Обсяги виробництва	810 млрд штук сигарет
Відрахування зборів, акцизу й інших податків	49350
Ринки, де продаються марки	понад 180
Країни, де частка ринку найбільша	понад 98
Фабрики з виробництва сигарет	50 у 41 країні
Кількість працівників	80 600 особи
Видатки Групи на захист довкілля, охорону здоров'я та безпеку праці	56,7
Видатки Групи на дослідження й розвиток продукції	185
Пожертвування Групи на благодійність і розвиток громад	71,6
Кількість акціонерів	157 682

Queen Size. За останній рік їхня сукупна частка збільшилася на чверть і сьогодні становить 17% [30].

У розрізі сегментації ринку за міцністю сигарет також спостерігається тенденція до зростаючого попиту на сигарети з порівняно меншим вмістом смол і нікотину. Україна відрізняється від багатьох інших європейських ринків тим, що переваги українських курців в основному пов'язані з сигаретами невисокою міцності, вміст смол в яких становить 1-8 мг. На частку таких сигарет припадає 70% ринку. При цьому сегмент сигарет з вмістом смол 1-4 мг займає практично чверть ринку і продовжує зростати.

Сьогодні більше 80% всіх сигарет, що продаються в Україні, представлені в низькому і середньому цінових сегментах. Ціна такої продукції не перевищує 10 гривень за пачку. Разом з тим єдиним зростаючим на сьогодні ціновими сегментом є «суперпреміум» сегмент. За останній рік частка дорогих сигарет зросла на 1,9%.

Рівень споживання тютюнової продукції в Україні в цілому залишається сталим. За даними опитування споживачів в 2014-2015 році, регулярно курять 33% дорослого населення України (приблизно 9,3 млн. чоловік), викурюючи в середньому 16,8 сигарет на день. Протягом останніх двох років частка курців і частота куріння не зазнавали істотних змін.

Ситуація, коли споживання залишається стабільним, а обсяги легального виробництва скорочуються, свідчить про заміщення легального продукту нелегальним. Зростання пропозицій дешевої неврахованої продукції на ринку є результатом неодноразового непрогнозованого підвищення ставок акцизного збору на сигарети. Українські курці, не витримуючи систематичного підвищення цін на легальні сигарети, переходять на більш дешеву контрабандну та контрафактну тютюнову продукцію.

Тютюнова галузь є одним з провідних індустрій за кількістю податкових відрахувань до національного бюджету. Так у 2018 році акцизний збір з тютюнових виробів перевищив 21 мільярд гривень [44].

Отже, компанія Philip Morris – одна з найбільших тютюнових компаній у світі, яка виробляє багато марок сигарет, що користуються найбільшим

попитом у споживачів. Входила до складу Altria Group. За власною оцінкою компанії, Philip Morris займає більше 15% світового ринку тютюнової продукції.

2.2. Діяльність транснаціональної корпорації Henkel на світовому ринку товарів побутової хімії

Діяльність транснаціональної корпорації Henkel зосереджена в трьох основних напрямках:

- миючі засоби та засоби для чищення;
- продукти по догляду за тілом;
- клеючі засоби для побутового й професійного використання [10].

Вже багато років Henkel утримує лідируючі позиції на ринку завдяки таким брендам як «Persil», «Ceresit», «Pritt», «Момент», «Metylan», «Pattex», «Loctite», «Rex», «Pur» і безліч інших. Підрозділ Henkel Technologies взяв на себе промислово орієнтований бізнес компанії, і діяльність цього напрямку зосереджена в трьох його підрозділах – промислові клеї, клей для машинобудування й технології обробки поверхонь.

Корпоративний слоган Henkel – «A Brand like a Friend» – говорить сам за себе, позиціонуючи концерн як бренд, якому можуть довіряти споживачі. Мета компанії – зробити життя людей легше, краще й гарніше з розроблювальними підприємством продуктами й технологіями.

Як виробник і продавець відомих продуктів і системних рішень на міжнародних ринках, Henkel особливо зацікавлений заздалегідь дізнаватися про запити споживача й ефективно їх задовольняти. Henkel прагне розуміти й відповідним чином реагувати на зміни, які відбуваються в суспільстві, але також бути активно залученим у форсування майбутнього й визначення нових напрямків. Тому зусилля вчених, що працюють в області досліджень і розвитку на базі концерну, зосереджені на створенні й просуванні нових технологій й

«ноу-хау», інноваційних рішень, якісних продуктів і послуг. Усе, що має відношення до споживача, завжди перебуває в центрі уваги діяльності компанії. Це зобов'язання розвилось з розуміння того, що інноваційні продукти й новітні технології є ключовими факторами для забезпечення довгострокового успіху.

Штаб-квартира Henkel розміщена в Дюссельдорфі, а в більш ніж 75 різних країнах по всьому світі перебувають дочірні компанії із загальною чисельністю працюючих близько 45750 чоловік. За межами Німеччини зосереджено близько 75 % робочої сили, що дає можливість назвати Henkel однією з найбільших міжнародних компаній [9].

В умовах конкуренції та прагнення підприємства до максимізації прибутку аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства є невід'ємною функцією управління. Цей аспект управління підприємством стає найбільш вагомим на сьогоднішній день, тому що практика функціонування ринку показує, що без аналізу фінансово-господарської діяльності підприємство не може ефективно функціонувати.

Для того щоб одержати ясну оцінку підприємства й ситуації на ринку, існує SWOT – аналіз.

SWOT – аналіз – це визначення сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, які виходять із його найближчого оточення (зовнішнього середовища):

- сильні сторони (Strengths) – переваги організації;
- слабкі сторони (Weaknesses) – недоліки організації;
- можливості (Opportunities) – чинники зовнішнього середовища, використання яких створить переваги організації на ринку;
- загрози (Threats) – чинники, які можуть потенційно погіршити положення організації на ринку.

SWOT – аналіз – це одна з найважливіших діагностичних процедур, які використовуються багатьма консультаційними фірмами світу. Крім того, її можна й потрібно розглядати як важливу для будь-якої організації бізнес-технологію, технологію оцінки існуючого стану, незадіяних ресурсів і загроз діяльності підприємства.

Методика SWOT – аналізу винятково ефективний, доступний, дешевий спосіб оцінки стану проблемної й управлінської ситуації в організації. Консультанти рекомендують регулярно, принаймні, раз у рік проводити SWOT – аналіз діяльності організації власними можливостями управління фірми. Це винятково універсальний метод, який може використовуватися для аналізу діяльності конкретних підрозділів. У ряді випадків його можна використовувати для оцінки сильних, слабких сторін, можливостей і загроз у кадровій роботі, при прийнятті управлінських рішень. Крім того, застосування технології SWOT – аналізу маркетинговою службою при оцінці основних конкурентів, створює прекрасні передумови для розробки тактики конкурентної боротьби й забезпечення конкурентних переваг. При цьому, винятково важлива максимальний ступінь деталізації кожного із квадрантів SWOT – аналізу.

Перш за все потрібно визначити сильні та слабкі внутрішні сторони Henkel та можливості і загрози оточуючого середовища:

1. Потенційні внутрішні сильні сторони:

- налагоджена збутова мережа;
- широкий асортимент продукції;
- високий контроль якості;
- висока кваліфікація персоналу;
- завоювання більшої частки регіональних ринків через придбання та розширення виробничої бази;
- диверсифікована діяльність підприємства;
- здійснення масштабних інвестиційних програм;
- реалізація проектів технологічного переозброєння, які сприяють стабільному росту компанії й посиленню її позицій на ринку;
- придбання нових заводів;
- власне виробництво;
- товарний знак;
- значна частка міжнародного ринку.

2. Потенційні внутрішні слабкі сторони:

- загострення конкуренції на ринку;
- недостатня рекламна політика;
- низький рівень сервісу;
- недостатній контроль за виконанням наказів та розпоряджень;
- залежність від постачальників сировини;
- зростання цін на сировину;
- зниження продажів внаслідок падіння доходів населення.

3. Потенційні зовнішні можливості фірми:

- поліпшення рівня життя населення;
- розвиток інформаційної галузі;
- поява нових постачальників;
- зниження податків і мит;
- удосконалення технологій виробництва;
- наявність в асортименті продукції, яка орієнтована на різні категорії споживачів та різні цінові сегменти, ефективна організаційна структура, модернізація наявних виробничих потужностей, а також системи управління;
- удосконалювання системи управління запасами, ціноутворенням і просуванням товарів, вихід фірм-виробників з галузі;
- розширення асортименту.

4. Потенційні зовнішні загрози:

- зростання витрат на оплату праці персоналу та витрат на сировину;
- збої в поставках сировини;
- зростання темпів інфляції;
- збільшення конкурентних переваг з боку конкурентів;
- посилення конкуренції;
- нестабільність на валютному ринку;
- зниження рівня життя населення;
- поява товарів-субститутів;
- зміна правил сертифікації продукції;
- зміна рівня цін;
- зміна нормативно-правових актів й іншого законодавства, що регулює

господарську діяльність підприємств у даній галузі;

– зростання цінової конкуренції в галузі.

Після дослідження внутрішніх та зовнішніх сильних і слабких сторін потрібно розробити відповідні стратегії поведінки Henkel на міжнародному ринку, представимо їх у вигляді табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Матриця SWOT-аналізу Henkel на міжнародному ринку

O	МОЖЛИВОСТІ	S	СИЛЬНІ СТОРОНИ
A	1	2	3
1	Впровадження нових технологій продажу.	1	Комплексне обслуговування клієнтів.
2	Вихід на нові ринки або сегменти.	2	Стабільна клієнтська база.
3	Розширення асортименту продукції	3	Сформований імідж у споживачів на міжнародному ринку
4	Пошук нових постачальників для зниження витрат.	4	Наявність кваліфікованого персоналу, що має досвід роботи у даній області.
5	Розширення клієнтської бази.	5	Накопичений багаторічний досвід на міжнародному ринку.
6	Наявність в асортименті продукції, яка орієнтована на різні категорії споживачів та різні цінові сегменти	6	Гарні ділові зв'язки з іноземними замовниками продукції та постачальниками.
7	Широко розвинена дистрибуторська мережа	7	Товарний знак
8	Удосконалювання системи управління запасами, ціноутворенням і просуванням товарів.	8	Завойована частка ринку.
		9	Забезпечення усіма необхідними комунікаціями.
		10	Активна маркетингова політика.
		11	Наявність висококваліфікованої управлінської команди.
		12	Наявність ділових контактів зі струк-турами, здатними підтримувати просування товару на ринку.
T	ЗАГРОЗИ	W	СЛАБКІ СТОРОНИ
1	Поява нових конкурентів .	1	Відсутність потужної самореклами.
2	Нестабільність економіки зарубіжних країн	2	Низька купівельна спроможність населення
3	Зростання темпів інфляції.	3	Плинність кадрів.
4	Тиск зі сторони товарів-замінників.		

Проаналізувавши діяльність компанії у табл. 2.3, зробимо висновок, що у

підприємства є можливості підвищення ефективності своєї діяльності на міжнародному ринку. Проте, Henkel необхідно шукати стратегічні резерви для зміцнення своєї позиції на зарубіжному ринку, тобто набувати статус конкурентоспроможного підприємства.

На основі SWOT – аналізу була створена матриця загроз для підприємства, наведена у табл. 2.4.

Як свідчать дані табл. 2.4, у полі негайного реагування потрапляють загрози, пов'язані з скороченням витрат, у результаті спаду в економіці зарубіжних країн. Звідси витікає ще одна загроза – зниження цін на продукцію.

Загрозу приходу конкурентів компанія може зменшити шляхом збільшення своєї частки ринку і розвитку бренду, що вимагає більшої уваги до розвитку маркетингу і достатнього його фінансування.

Таблиця 2.4

Аналіз загроз зі сторони конкурентних сил Henkel

Ймовірність реалізації загроз	Наслідки загроз		
	Руйнівні	Важкі	Легкі
Висока	-	1. Спад в економіці зарубіжних країн. 2. Зростання темпів інфляції.	1. Вплив постачальників. 2. Тиск з боку товарів- "замінників".
Середня	1. Скорочення витрат 2. Зниження рівня цін на продукцію.	1. Поява нових конкурентів.	-
Низька (мала ймовірність)	-	-	-

На основі SWOT – аналізу була створена матриця можливостей для підприємства, наведена у табл. 2.5.

Матриця можливостей, наведена у табл. 2.5, показала, що на поля найбільш сприятливих можливостей потрапляють можливості вдосконалення рекламних технологій, розширення продажу та клієнтської бази на міжнародному ринку.

Визначимо, як можна скористатися можливостями, що відкриваються,

використовуючи сильні сторони підприємства (пріоритети розвитку, підтримувані конкурентні переваги), які слабкі сторони підприємства (об'єкти реформування) можуть перешкодити цьому, за рахунок яких сильних сторін можна нейтралізувати існуючі загрози, яких загроз, посиленних слабкими сторонами підприємства, потрібно більш всього остерігатися (табл. 2.6).

Таблиця 2.5

Аналіз можливостей Henkel на міжнародному ринку

Ймовірність використання можливостей	Вплив можливостей		
	Сильний	Помірний	Малий
Висока	Широкий асортимент продукції	-	Усвідомлення необхідності товару для зміцнення своїх. позицій на ринку з боку іноземного бізнесу.
Середня	Розширення клієнтської бази.	1. Вихід на нові зарубіжні ринки або сегменти ринку. 2. Навчання кадрів.	-
Низька	Розорення і відхід фірм-конкурентів.	Зменшення витрат шляхом пошуку нових постачальників якісної продукції.	-

Оскільки, Henkel працює на міжнародному ринку з сильною конкуренцією, то для неї найкращою буде стратегія, націлена на завоювання конкурентних переваг, передбачаючи глибше проникнення на зовнішній ринок за допомогою вживання нової продукції, а також формування сприятливого іміджу, наприклад, за допомогою проведення масової рекламної кампанії.

Стратегічні можливості і загрози, які вимагають концентрації всіх необхідних ресурсів для їх реалізації і відповідні загрози, що вимагають підвищеної уваги та ретельного постійного моніторингу, повинні знаходитися під постійним контролем вищого керівництва Henkel.

Основна сутність зовнішньоекономічної діяльності Henkel полягає в управлінні міжнародною діяльністю підприємства. Відповідно до цього зовнішньоекономічна діяльність в межах Henkel – це заходи, що пов'язанні з

задоволенням потреб закордонних споживачів, експорту та імпорту продукції.

Таблиця 2.6

Комплексна оцінка можливостей та загроз з врахуванням сильних та слабких сторін Henkel на міжнародному ринку

	Можливості:	Загрози:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вихід на нові зарубіжні ринки або сегменти ринку. 2. Розорення і відхід фірм-конкурентів. 3. Вдосконалення рекламних технологій 4. Зменшення витрат шляхом пошуку нових постачальників якісної продукції. 5. Розширення клієнтської бази. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Спад в економіці зарубіжних країн. 2. Зростання темпів інфляції. 3. Скорочення витрат 4. Зниження рівня цін на товар. 5. Можливість появи нових конкурентів на зарубіжних ринках. 6. Вплив постачальників.
Сильні сторони:	"Сила та можливості"	"Сила та загрози"
<ol style="list-style-type: none"> 1. Значне зростання обсягів продукції за останній рік. 2. Участь персоналу в ухваленні управлінських рішень. 3. Персональна відповідальність кожного конкретного співробітника за ту або іншу ділянку роботи, любов до своєї справи. 4. Ретельно налагоджена робота з клієнтами, потенційним клієнтам приділяється велика увага, висока якість обслуговування. 5. Наявність власної виробничої бази. 	Навчання персоналу, використання по максимуму його потенціалу, а також наявність власної виробничої бази і креативний підхід до рекламування товару	Використання по максимуму можливостей персоналу, наявність власної виробничої бази і креативний підхід до реклами, що дає можливість виконати специфічні вимоги замовника, дозволять зберегти наявних клієнтів, а також знизити тиск з боку товарів-замінників.

Схема зовнішньоекономічної діяльності Henkel включає п'ять блоків (рис. 2.1):

1. Міжнародні маркетингові дослідження – оцінка ринкових можливостей Henkel, комплексне дослідження міжнародного ринку побутової хімії, вивчення середовища маркетингу, аналіз форм і методів збуту, вивчення цільових товарних ринків і окремих сегментів, а також споживачів.

2. Маркетингова програма – маркетингова служба Henkel складає оперативні плани виробничо-збутової діяльності підприємства, включає прогнози розвитку кон'юнктури ринку, цілі, стратегію і тактику поведінки підприємства на ринку, його товарну, цінову, збутову політику, рекламні заходи.

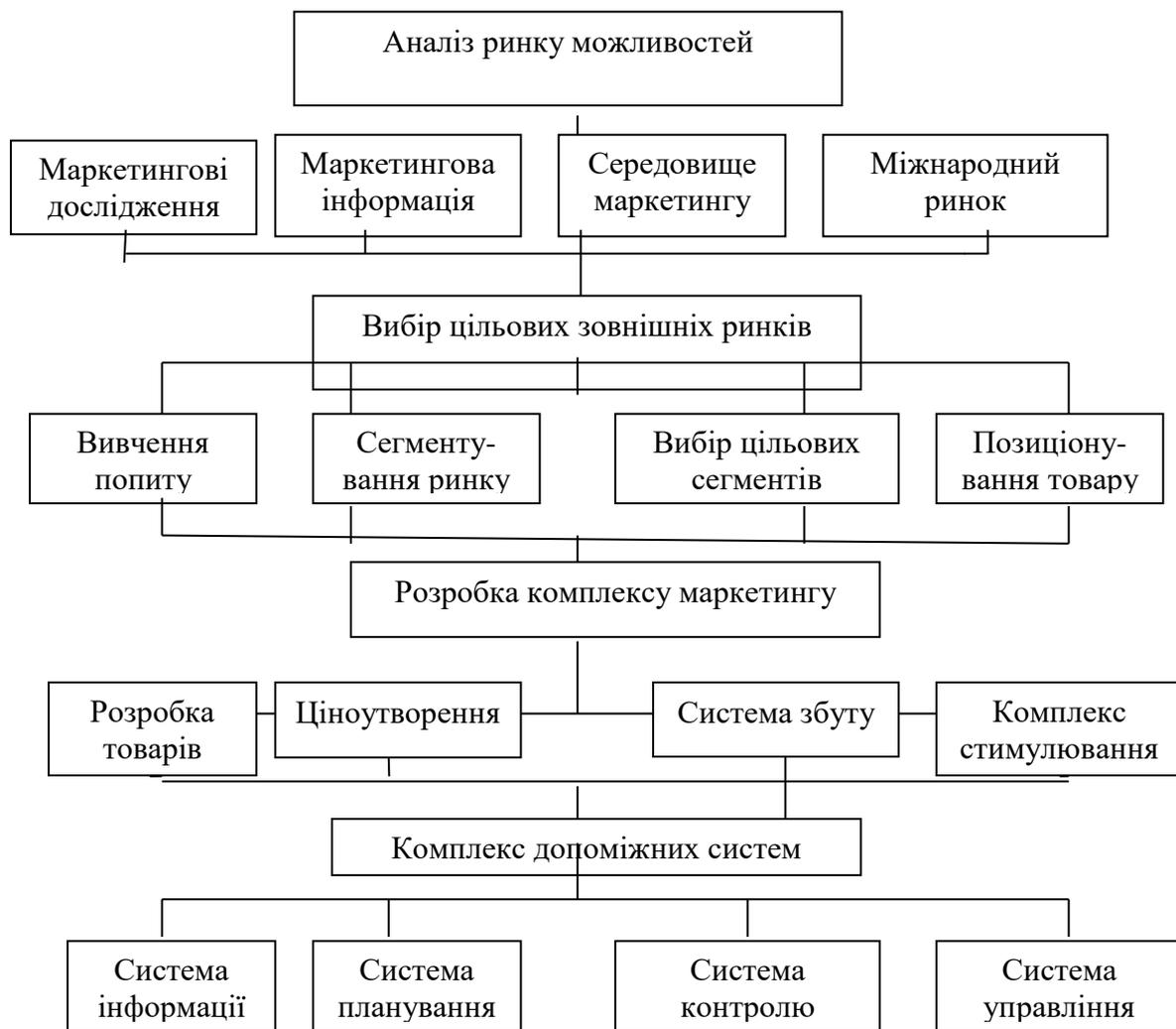


Рис. 2.1. Схема зовнішньоекономічної діяльності Henkel [10]

3. План виробничої діяльності «Henkel»: він є важливою складовою частиною маркетингу даного підприємства, оскільки визначивши потребу міжнародного ринку, можна ефективно вибрати цільовий ринок – для цього необхідно порівняти вимоги та запити ринку з власними можливостями і перспективами розвитку підприємства і передбачити серію конкурентних маркетингових заходів «маркетинг – мікс». Ці заходи стосуються споживчих

властивостей продукції Henkel, розробки нових її видів і асортименту, заходи на підтримання продукту, забезпечення ефективності збуту.

4. Збутова політика Henkel передбачає планування і формування каналів та рівнів збуту продукції підприємства за прямими, непрямими чи комбінованими методами.

5. Комунікаційна політика, являє собою планування комплексу заходів, спрямованих на просування товару на зовнішній ринок, для чого здійснюється безпосередня або пряма реклама, прямі та персональні продажі, стимулювання збуту тощо.

Для реалізації поставлених цілей в маркетинговій програмі Henkel формується міжнародна маркетингова стратегія – основа діяльності підприємства в конкретних умовах ринку. Сьогодні міжнародна маркетингова діяльність Henkel ґрунтується на стратегії диверсифікації і сегментації. Сутність стратегії диверсифікації в діяльності Henkel полягає в освоєнні нових міжнародних товарних ринків, розповсюдження підприємницької діяльності на зовсім нові і не пов'язані з основними видами діяльності фірми.

Сутність стратегії сегментації Henkel полягає в поглибленні насиченості товарами всіх груп споживачів, вибір максимальної глибини ринкового попиту.

В залежності від частки на ринку Henkel використовує три типи маркетингової стратегії: атакуючу, оборонну, відступну.

Атакуюча стратегія, або стратегія наступу передбачає активну, агресивну позицію Henkel на міжнародному ринку і має за мету завоювати і розширити ринкову частку, довести її до оптимальної. Оптимальним вважається сегмент, де присутні до 20 % покупців даного ринку, які можуть придбати до 80 % товару, який пропонується фірмою. Якщо ця частка нижче оптимального рівня, то перед фірмою постає дилема: або прийняти заходи до її розширення, або залишити ринок.

Оборонна стратегія передбачає збереження Henkel тієї ринкової частки, якою вона володіє. Така стратегія обирається у випадку, якщо ринкова позиція фірми задовільна, або у неї для проведення активної агресивної політики не вистачає коштів і ресурсів. Такий тип стратегії досить небезпечний і потребує

великої уваги до дій фірм-конкурентів.

Стратегія відступу – це вимушена, а не обрана стратегія. Вона передбачає поступове скорочення торгових операцій і ліквідацію бізнесу. У цьому випадку важливо не допустити втрати інформації про ліквідацію комерційної діяльності.

Міжнародна тактика маркетингу маркетологами Henkel розробляється на найближчий рік-півтора і регулярно, не очікуючи закінчення цього терміну ревізується і корегується. До числа завдань, які вирішує тактика маркетингу Henkel відносять: організацію товароруку; організацію реклами; стимулювання збуту у відповідності з ЖЦТ; визначення принципів виходу на зовнішній ринок з новим товаром.

До найбільш поширених міжнародних тактичних маркетингових заходів, які використовує Henkel, відносять такі: енергійні дії по просуненню товарів на зовнішній ринок; прямі контакти зі споживачами; рекламні заходи за системою "директмейл"; збільшення персоналу представництва за кордоном; активна участь у виставках та ярмарках; створення філій за кордоном, там де їх немає; маркетингові дослідження зовнішніх ринків; розширення номенклатурних експортних товарів; адаптація товару до вимог іноземного споживача; швидке реагування на листи та запити клієнтів.

Таким чином, у Henkel постійно розробляється міжнародний план тактики маркетингових дій, який передбачає заходи щодо активної поведінки комерційних служб на міжнародних ринках, швидке реагування на зміну ринкової ситуації, ініціативність працівників підприємства, швидке реагування на дії конкурентів тощо. Зовнішньоекономічна діяльність на підприємстві знаходиться на високому рівні, на підприємстві для кожного сегменту ринку розроблена своя міжнародна маркетингова стратегія, крім цього підприємство приділяє багато уваги розробці міжнародному плану маркетингових дій на зовнішньому ринку продукції.

РОЗДІЛ 3

ВПЛИВ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН СВІТУ

3.1. Формування сучасного бізнес-середовища під впливом ТНК

ТНК є однією з форм міжнародного бізнесу, яка на сучасному етапі відіграє важливу роль у формуванні стратегії розвитку світової економічної системи, а транснаціоналізація є ключовою характеристикою сучасних світогосподарських відносин. Транснаціоналізація – це процес посилення світової інтеграції в результаті глобальних операцій ТНК [68]. Вона виступає як об'єктивний процес, обумовлений міжнародним одиничним поділом праці і породжує транснаціональні форми кооперації. ТНК здійснюють все більший вплив на міжнародні відносини і світову економіку в цілому, розвиток якої в значній мірі залежить від їх діяльності. З огляду на це, без розуміння ролі ТНК в міжнародному бізнесі, аналізу сучасних тенденцій їх розвитку неможливе усвідомлене сприйняття економічних, політичних та культурних світових реалій.

В умовах формування ринкової інфраструктури світової економіки, під впливом глобалізації та інтеграції світового господарства транснаціональні корпорації завойовують все нові ринки і прагнуть подальшого розширення економічної влади. Сьогодні світ опинився на порозі нового переділу, але не військово-політичного, а економічного, де головними гравцями будуть уже не держави і навіть не блоки країн, а головні транснаціональні корпорації. Ставками ж є нові ринки, технології та надприбутки.

Глобальні тенденції інтернаціоналізації виробництва й капіталу, приватизації, стратегічних альянсів і лібералізації зовнішньої торгівлі поставили ТНК у центр світового економічного розвитку. Особливо значних масштабів цей процес набув в останні десятиліття. Свідченням того, яку роль відіграють транснаціональні корпорації у світовій політиці та економіці є створення при ООН Центру і Комісії ООН по ТНК, а також обговорення різних

аспектів діяльності корпорацій, як і окремих країн, на рівні спеціалізованих органів ООН. У таких умовах актуальність розвитку ТНК і їх впливу на формування бізнес-середовища є беззаперечною. При цьому йдеться не тільки про збільшення масштабів операцій ТНК різних країн базування, але в більшому ступені про розширення й поглиблення впливу діяльності ТНК на економічну, політичну, соціальну сфери життя приймаючих країн. Міжнародне виробництво ТНК охоплює практично всі країни та всі види економічної діяльності. Прямі інвестиції дозволяють ТНК розробляти глобальні корпоративні стратегії діяльності та розвитку, об'єднувати активи, капітал, технології та кадрові ресурси.

Близько 90 % кількості транснаціональних фірм базується в розвинутих країнах з ринковою економікою. Однак з кожним роком в процес транснаціоналізації дедалі більше залучаються фірми країн, що розвиваються, а також країни Східної та Центральної Європи [13]. Узагальнення даних ЮНКТАД щодо країн базування ТНК дозволяє зробити висновок, що з майже 200 країн, що існують нині у світі, ТНК базуються лише у тридцяти країнах. При цьому найбільша їх кількість розташована у США (28 %), далі з великим відривом йде Японія (13,6 %) (додаток Д) [15]. Порівняння ТНК, країною базування яких є США, з європейськими ТНК вказує на те, що у зв'язку зі значними обсягами ринку США ступінь транснаціоналізації їхніх ТНК є значно нижче, ніж європейських ТНК, ринок країни базування яких є меншим. На географічний розподіл ТНК також впливає податковий режим. Зокрема, податкова система країн Європи є менш заохочувальною для ТНК порівняно з податковою системою США. Тому для європейських ТНК, наприклад, німецьких, набагато вигідніше виносити виробництво на Схід. На ці країни припадає також 2/3 сукупного вивозу прямих іноземних інвестицій.

У наш час ТНК перетворилися із суб'єктів на об'єкти міжнародного бізнесу, активно беручи участь у всіх глобальних процесах, що відбуваються у світі. Транснаціональні корпорації, нарівні з промислово розвиненими країнами, широко проявляються в політиці, економіці, у фінансово-

інвестиційній, інформаційній, науково-технічній, військовій, технологічній, екологічній сферах.

Нині налічується близько 85 тис. ТНК, а кількість їхніх дочірніх структур

досягла 850 тис. Обсяги експортних операцій цих дочірніх структур становлять більше третини світового експорту, а кількість зайнятих на підприємствах ТНК у 2019 році дорівнювала 77 млн чол. [81]. ТНК виробляють близько 50 відсотків світового обсягу промислової продукції та забезпечують більше 70 відсотків світової торгівлі, з яких 40 відсотків припадає на торгівлю між структурами самих ТНК. Деякі ТНК мають бюджет, що перевищує бюджет окремих країн. Під їхнім наглядом знаходиться 90 % світового ринку пшениці, кукурудзи, кави, лісоматеріалів, залізної руди, 85 % ринку міді та бокситів, 80 % чаю та олова, 75 % бананів, натурального каучуку і сирової нафти. Тобто вони стали основою для формування глобального бізнесу [15, с. 31].

На долю ТНК припадає основна частина міжнародних прямих інвестицій та міжнародної торгівлі. Вони відіграють вирішальну роль у структурі міжнародного виробництва, слугують чинником інтеграційних та глобалізаційних процесів, здійснюють глобальний трансфер нових технологій, прискорюють міжнародний рух капіталу, приводять до мобільності фактори виробництва та багато іншого.

У рейтингу 500 найбільших компаній журналу «Fortune» за результатами

2019 р. перше місце зайняла мережа американських супермаркетів «Wal-Mart Stores». Її виручка склала 422,799 млрд. дол. США. На другому місці рейтингу з показником виручки 378,824 млрд. дол. США нафтова компанія «Royal Dutch Shell». Трійку перших закриває англо-голландська нафтова компанія «Exxon Mobil», виручка якої в 2019 р. складала 355,782 млрд. дол. США. У першу десятку потрапили також компанії автомобілебудування, страхова компанія (табл. 3.1.). Рейтинг складається за такою схемою. Всі компанії ранжуються за 12 показниками, серед яких обсяг продажів, прибуток, активи, акціонерний капітал, позитивна динаміка доходу в розрахунку на одну акцію протягом 10-

літнього періоду, сумарний річний дохід усіх інвесторів і середньорічна ставка сумарного доходу інвесторів за останні 10 років.

Таблиця 3.1

10 найбільших корпорацій в 2019 році, млрд. дол. США [81]

Місце	Назва компанії	Дохід	Прибуток
1	Wal-Mart Stores	422799	12731
2	Royal Dutch Shell	378824	40610
3	Exxon Mobil	355782	31331
4	British Petroleum	291438	20845
5	Toyota Motor	230201	15042
6	Chevron	210783	18688
7	ING Group	201516	12649
8	Total	187280	18042
9	General Motors	182347	-38732
10	ConocoPhillips	178558	11891

У міжнародному виробництві ТНК важливу роль відіграє високотехнологічний підхід до будь-якого сектора та галузі економіки. Тому вагомою є їхня роль саме у світових науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробках (НДДКР). Технологічні активи, інноваційна діяльність, діяльність в області науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) є тими сферами, в яких ТНК мають переваги. У країнах ЄС дві третини всіх промислових досліджень здійснюються провідними ТНК з числом зайнятих працівників більше 8 тис. Концентрація витрат на НДДКР значно перевищує концентрацію витрат в інших сферах економічної діяльності. За оцінками експертів, на частку ТНК припадає майже половина глобальних витрат на НДДКР і не менше двох третин – комерційних витрат на дослідження і розробки (450 млрд. дол.). Наприклад, харчовий концерн «Nestle» витрачає на НДДКР більше, ніж вся харчова промисловість Франції [67].

Слід зазначити, що материнські структури ТНК з метою збереження монопольних переваг концентрують у себе виробництво найбільш інноваційної продукції, наукових розробок, ноу-хау, що затримує розповсюдження новітніх технологій в тих країнах, куди проникають ТНК. У центрі глобального науково-технічного процесу стоять ТНК, які задають темп та напрями цього розвитку. ТНК застосовують дослідницькі центри в багатьох країнах, де для цього є кваліфіковані кадри та інші необхідні умови, з метою удосконалення виробництва своєї продукції відповідно до місцевих умов розширення місцевих ринків збуту продукції та послуг.

Так, американські ТНК мають за кордоном близько 200 дослідницьких лабораторій у таких країнах, як Японія, Велика Британія, Канада, Німеччина [67].

Корпорації відіграють значну роль у розвитку інноваційної економіки. Найбільшими інноваційними регіонами сьогодні є США, Західна Європа і Японія. На них припадає 93% всіх світових корпоративних інвестицій в дослідження і розробки. У число 50 найбільших інноваційних компаній світу входять 19 американських, 18 європейських і 12 японських корпорацій [68]. В останні роки до лідерів намагається наблизитися ряд країн, що розвиваються (насамперед, азійських): Китай, Індія, Південна Корея, Тайвань.

У 2019 році в складений Bloomberg Businessweek список «50 найбільших інноваційних компаній» увійшли 11 компаній з ринків країн, що розвиваються, у тому числі 4 китайські корпорації (BYD, Haier Electronics, China Mobile, Lenovo), 3 південнокорейські (Hyundai Motor, Samsung Electronics, LG Electronics) і 2 індійські – Tata Group і Reliance Industries [68].

За даними ООН, на ринках, що розвиваються, працює близько 21,5 тис. транснаціональних корпорацій. Для них ринки, що розвиваються, – джерело економічного зростання та якісна база науково-технічних талантів. Транснаціональні корпорації очікують, що близько 70% світового економічного зростання протягом наступних кількох років буде, головним чином, забезпечено такими ринками, причому 40% припадає на Індію та Китай. Практично всі найбільші транснаціональні корпорації почали переводити свої

дослідження і розробки в такі країни, як Китай, Індія та ін. Наприклад, великі дослідницькі центри в індійському місті Бангалор мають General Electric, Cisco, Intel, Huawei, P&G, Nokia. Для Microsoft науково-дослідний центр розміщений у Пекіні і є найбільшим після американської штаб-квартири в Редмонді. Нарощують штат фахівців у країнах, що розвиваються й інші компанії. Наприклад, чверть всього штату співробітників консалтингової компанії Accenture базується в Індії [67].

Глобальна конкуренція викликає значне скорочення життєвого циклу товару, в той час як зростаюча технологічна інтеграція сприяє подорожчання інновацій та підвищення їх ризикованості. Саме тому транснаціональні компанії почали виносити наукомісткі функції на міжнародний рівень. Одночасно з цим інноваційні процеси в компаніях стають все більш відкритими при більш активній співпраці з іноземними партнерами – постачальниками, клієнтами, університетами та ін.

Ринки, що розвиваються, стали не тільки джерелом дешевої робочої сили, але й батьківщиною проривних інновацій, які потім експортуються в Європу та США. Це, в свою чергу, кардинально змінило структуру інноваційних потоків: центр цього процесу перемістився із розвинених країн на ринки країн, що розвиваються.

Важливим для розгляду є вплив ТНК на сучасний інформаційний бізнес. Саме інформаційні ресурси та інформаційні технології є одними із причин такого бурхливого розвитку ТНК. Адже вони виводять діяльність транснаціональних корпорацій на якісно новий рівень і надають нові можливості. Транснаціональні корпорації діють у світових масштабах, розміщуючи свої дочірні підприємства і представництва в багатьох країнах, що зумовлює необхідність оперування величезними обсягами інформації.

Прогрес, якого було досягнуто в інформаційній сфері, не знала жодна галузь людської діяльності. Транснаціональні корпорації є головними користувачами та рушіями цього процесу. Вони як ніхто краще розуміють важливість контролю над внутрішніми та зовнішніми інформаційними потоками та вміють вдало ними користуватися. ТНК стимулюють розвиток е-

комерції, ведення міжнародної торгівлі через Інтернет, створюють нові інформаційні продукти та послуги. У наш час ТНК контролюють приблизно 4/5 патентів та ліцензій на нову техніку, технології та «ноу-хау».

Сучасним лідер в інформаційному бізнесі є США (найвідоміші ТНК США: Microsoft, Metromedia, Intel, Oracle, Viacom, Cisco, Dell, IBM та ін.). США на початку XXI століття володіли приблизно 40% комп'ютерного потенціалу світу. На частку США припадає приблизно 2/3 світового випуску програмних продуктів, 4/5 усіх сторінок в Інтернет. 70% веб-сайтів світу [78, с. 49].

Уперше в історії ТНК сконцентрували у своїх руках основні світові фінансово-економічні джерела й політичні важелі і це дає їм можливість активно розповсюджувати в загальносвітовому масштабі не лише продукцію своїх фірм, а й наукові, освітні, поведінкові та загалом культурні стандарти, за допомогою яких вони лібералізують умови життя й економіку країн «третього світу». Їхня інформаційна могутність і досвід володіння кадровим ресурсом під час упровадження новітніх, передусім інформаційних, технологій дають їм змогу впевнено реалізовувати довгострокові науково-технічні, соціально-економічні та політичні програми в глобальному вимірі. Як наслідок, у сучасному світі виникла інформаційна й кадрова нерівність. Люди та країни, які не володіють інформацією, належать до економічно найбільш бідних у світі. Саме вони найуразливіші в соціальних аспектах: мають гірші умови доступу до освіти, охорони здоров'я, культури.

Бізнес багатьох транснаціональних компаній поширюється на більше ніж на одну галузь. Але у статистиці такі компанії належать до тієї галузі, в якій задіяна найбільша частина активів такої ТНК. Якщо ж неможливо визначити таку частину, то вважається, що діяльність такої ТНК є диверсифікованою.

Для оцінки стану сучасного бізнес-середовища, який формується нині під впливом ТНК, суттєво значимим є галузевий аспект. Галузевий розподіл діючих нині найбільших п'ятсот ТНК представлений нами графічно у додатку Е [15]. Нині бізнес ТНК представлений у всіх галузях господарювання, але найбільше компаній (12,4 %) працює у банківській справі. Далі з великим відривом

йде нафтопереробка (9,8 %) та страхова справа. В цілому у сфері фінансових послуг задіяно 116 із 500 найбільших ТНК, що становить більше 23 відсотків. Отже, майже чверть ТНК

на сучасному етапі працює у фінансовому секторі, що є свідченням наступного:

- міжнародні фінансові потоки відіграють надзвичайно важливу роль у сучасній світовій економіці;

- фінансовий сектор є високоприбутковим, і ТНК прагнуть вкладати кошти саме у цю сферу діяльності, відображаючи закон руху грошей у напрямку більшої норми прибутку.

ТНК, здійснюючи прямі іноземні інвестиції в різних країнах світу, мають вплив на економічну структуру як країн-реципієнтів, так і країн-донорів. ТНК не просто спрямовують свій капітал у конкретну галузь, вони також спрямовують туди капітальні, технологічні, трудові ресурси, одночасно зменшуючи капіталовкладення й зайнятість у цій галузі у своїй країні. При цьому необхідно уточнити, що ТНК інвестують у найбільш прибуткові проекти, які вони вважають важливими у своїй корпоративній стратегії і які на сучасному етапі пов'язані з НДДКР [78, с. 33].

Діяльність ТНК призводить до того, що окремі галузі переносяться з одних регіонів світу до інших. Наприклад, на початку становлення постіндустріального суспільства такі галузі, як металургія, автомобілебудування, нафтохімія і деякі інші були перенесені з розвинених країн до країн Латинської Америки, Близького Сходу [72, с. 179]. Трудомісткі галузі переносяться до регіонів з дешевою робочою силою. Відбувається також часткова відмова розвинутих країн від традиційних галузей обробної промисловості. Таким чином, ТНК, розташовуючи свої ресурси й капітали в тих регіонах та країнах, де це є найоптимальнішим з погляду корпоративних стратегій, формують світову галузеву структуру, а також галузеву структуру окремих регіонів й держав. При цьому при взаємному інвестуванні розвинутих країн капітал в основному спрямовується в ті сфери, розвиток яких є основою становлення постіндустріального суспільства, а при інвестуванні в країни, що

розвиваються, капітал в основному спрямовується до традиційних галузей, хоча інколи має деяку високотехнологічну спрямованість.

ТНК входять у сфери, які традиційно вважалися прерогативою державних інтересів. З огляду на масштаби їхньої діяльності та враховуючи розбіжність інтересів країни базування ТНК з інтересами країни-приймача, ТНК здатні протидіяти реалізації економічної політики країн, в яких вони здійснюють свою діяльність, дезорганізувати зовнішньоекономічну сферу країни-партнера. Вкладаючи значні кошти в економіку тих регіонів, де здійснюють свій бізнес, ТНК зазвичай мають потужний вплив не тільки на господарство країн, але й на громадськість та політичне життя країни. Особливо авторитетними гравцями вони є в економіці та політиці країн, що розвиваються. Добробут країни, її участь у міжнародному поділі праці, рівень інтегрованості у світове господарство і, в остаточному підсумку, її міжнародна конкурентоздатність дедалі більшою мірою залежать від того, наскільки успішна діяльність ТНК, що базуються в її економіці. Крім того, капіталовкладення ТНК в іноземну економіку – активний спосіб стимулювання попиту на вітчизняну продукцію. Це досягається за рахунок створення за кордоном нових ринків і експорту частини виробленої корпораціями продукції у створені закордонні філії. Таким чином, для країни базування відкривається доступ до нових ємних ринків.

Проте, транснаціональний капітал доволі часто може діяти всупереч національній безпеці країн, розрушати державність країн, впливаючи негативно на політичну і економічну ситуацію в них. Створюючи конкуренцію національним державам, ТНК можуть здійснювати негативний вплив на розвиток національного бізнесу, що визиває протидію зі сторони національних економік. Виступаючи в якості володарів могутніх ресурсів ТНК застосовують різні способи тиску на державні уряди з ціллю зменшення імовірності інвестиційного ризику.

3.2. Національні ТНК як чинник економічного розвитку країни походження

Діяльність транснаціональних корпорацій тісно пов'язана з інтересами держав їх походження. Функціонування ТНК забезпечує перелив капіталу, де є його надлишок, в країни, де є його нестача, що забезпечує задоволення інтересів як країн базування ТНК, так і приймаючих країн. Як країни базування вони отримують доходи у формі відсотків, дивідендів, ліцензованих платежів та платежів за управлінські послуги, що збільшує можливість накопичення капіталу, кількість робочих місць, надходження податків до бюджету та ін. Створення філій, дочірніх компаній для цих країн означають розширення експортних ринків, доступ до сировини та дешевої робочої сили, можливість реалізації специфічних переваг фірм-інвесторів в технології та управлінні, мінімізації оподаткування та, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності. Але, з іншої сторони, транснаціональний капітал доволі часто може діяти всупереч національній безпеці країн, розрушати державність країн, впливаючи негативно на політичну і економічну ситуацію в них. Створюючи конкуренцію національним державам, ТНК можуть здійснювати негативний вплив на розвиток національного бізнесу, що визиває протидію зі сторони національних економік. Тому діяльність ТНК по-різному оцінюється в країнах їх базування. Основною причиною опозиції в країнах базування є те, що ТНК створюють нові робочі місця за кордоном, що веде до ухилення від податків частини прибутку, у результаті ці податки не попадають у бюджет і не можуть бути використані для фінансування соціальних і інших суспільно значимих програм у країні базування. Тому представники держави і трудящих нерідко вимагають уведення податку на відтік національного капіталу за рубіж або яких-небудь інші обмеження міжнародної діяльності ТНК.

Але макроекономічний аналіз показує, що в цілому позитивний результат більш ефективного використання національного капіталу за рубежем перекидає негативні моменти. Національні держави визнають широкі

можливості ТНК і неухильного розширення їх діяльності за національними кордонами, а також істотну роль ТНК у вкладеннях капіталу в національну економіку.

ТНК більшою мірою орієнтуються на політику країни свого походження, ніж на політику країн, що приймають. Як аргументи наводяться приклади відмін у поведінці американських, європейських та японських міжнародних фірм, що є результатом впливу національних особливостей країн їхнього походження, різної структури економіки, специфічних рис корпоративного управління. За цією логікою саме внутрішня економічна структура, економічна ідеологія, соціальні пріоритети та інші «домашні» фактори країни базування ТНК справляють основний вплив на формування її стратегії [66, с. 38].

Міжнародні компанії ще дуже суттєво інтегровані у своє національне середовище. Серед членів рад директорів та інших вищих менеджерів таких корпорацій усе ще переважають громадяни країн їхнього базування (хоча ситуація в цьому питанні в останні роки дещо змінюється), тобто оперативний контроль, а надто фінансовий контроль, лишається в руках країни походження ТНК. Більшість країн базування міжнародних корпорацій, своєю чергою, прямо чи побічно захищають інтереси «своїх» компаній. Головний висновок подібних поглядів полягає в тому, що не корпорації, а національні держави є головними суб'єктами глобалізації світової економіки.

Важливу роль в стимулюванні розвитку ТНК відіграє держава, незалежно від того хоче вона допомогти «своїм» підприємцям чи завадити «чужим». По-перше, держава сприяє діяльності «своїх» ТНК на світовій арені, забезпечуючи їм ринки збуту і можливості для іноземних інвестицій шляхом укладання різноманітних політичних, економічних і торгових союзів і міжнародних договорів. По-друге, стимул для прямих зарубіжних інвестицій створюють національні тарифні бар'єри, створені для захисту «свого» бізнесу від зарубіжних конкурентів. Так, в 70-х рр. минулого століття значний потік інвестицій із США в Європу був породжений високими тарифами, встановленими Європейською економічною співдружністю. Прагнучи обійти цей бар'єр, замість експорту готової продукції американські ТНК створили

власні виробництва в країнах ЄС, обходячи їхні тарифи. Аналогічним способом розвивалися в 60-70-х рр. минулого століття «автомобільні війни» між США і Японією. Спроби американців відгородитися від дешевих японських малолітражних автомобілів митними податками і прямими адміністративними обмеженнями імпорту призвели до того, що японські ТНК створили на території Америки свої філіали. В результаті японські автомобілі американського комплектування почали продавати не лише в самих США, але й в ті країни, котрі вслід за Америкою ввели заборону на імпорт японських автомобілів (Південна Корея, Ізраїль тощо) [58, с. 37].

Найбільш проблемними в діяльності ТНК для країн базування є взаємовідносини ТНК і національних урядів та реалізація корпоративних інтересів ТНК. Щодо взаємовідносин ТНК з національними урядами, то виділяють три основних підходи: ліберальний (ортодоксальний), марксистський (радикальний), націоналістичний (неомарксистський). Кожний із них по-своєму інтерпретує взаємовідносини ТНК та їх національних урядів. За останні тридцять років ХХ ст. ці відносини істотно змінилися – від конфліктів до співпраці. Якщо раніше уряди намагалися обмежити діяльність ТНК, то тепер ТНК розглядаються ними як засіб зміцнення національних позицій, створення національних переваг.

Система відносин між державою і ТНК – це діалектична єдність суперечностей. З одного боку, ТНК є важливим інструментом зовнішньоекономічного і зовнішньополітичного впливу, і держава не може не використати його в інтересах свого утвердження на світовій арені. З іншого боку, єдність інтересів не виключає наявності суперечностей, основною з яких є суперечність між інтернаціональним глобальним характером операцій ТНК і територіальне обмеженою юрисдикцією держави. Держава постійно намагається встановити контроль за вивезенням капіталу, товарів, технологій. ТНК, здійснюючи стратегію отримання довгострокових прибутків, впливають на економічну кон'юнктуру країни базування або приймаючої країни і, таким чином, вступають у суперечність з певними заходами державного регулювання економіки [58, с. 38].

На думку відомого вченого Дж. Даннінга, основні положення відносини між урядами і ТНК зводяться до такого:

1) у минулому державна політика щодо ТНК не була явно пов'язана із загальною державною стратегією, оскільки ТНК контролювали дуже невелику частину економіки, і уряд вважав результати регулювання діяльності ТНК незначними;

2) тепер уряди змушені розглядати досягнення порівняльних переваг у галузі ресурсів, які перебувають під контролем ТНК, як самостійну економічну мету. І надавати все більшого значення ТНК у державній політиці.

Дії урядів у 60-70-ті роки ХХ ст. можна оцінити як нерегулярні й нескоординовані ними спроби виробити економічну стратегію і тактику з урахуванням зростання прямих іноземних інвестицій. Це призводило до конфронтації з ТНК, причому уряди прагнули збільшити свою частку за рахунок діяльності ТНК. У 80-ті роки глобалізація економіки та науково-технічний прогрес сприяли переоцінці урядами політичних результатів діяльності ТНК і зміні ставлення до них. У 90-ті роки уряди почали відігравати координуючу роль у використанні виробничих можливостей, і іноземні інвестиції розглядаються ними як доповнення до внутрішніх. Уряди виробляють політику, яка стимулює надходження іноземних інвестицій у їхні країни, що підвищує конкурентні переваги їхніх ТНК на зарубіжних ринках.

Стратегічна єдність інтересів ТНК і держав виявляється і в тому, що державна політика, партійна система, армія не можуть існувати без фінансово-технічної підтримки ТНК. На постійну частку витрат, необхідних для зовнішньоекономічної експансії ТНК, перетворилися витрати суто політичні. Цільовою формою зв'язку великого бізнесу з органами державної влади є система лобювання, спрямована на обстоювання інтересів ТНК. Сучасна лобістська мережа ТНК охоплює відділи корпорацій та їх об'єднань, неформальні контактні організації, фонди, бюро та ін. Вони ставлять за мету вплив на прийняття відповідних законодавчих актів, діяльність партій, результати виборів і рішення судових органів. У своїй діяльності лобісти використовують різні методи: організація кампаній щодо залучення виборців до

участі в голосуванні; налагодження контактів з політичними діячами і чиновниками держапарату для впливу на їхні рішення; фінансування передвиборних кампаній, діяльність політичних партій та ін.

Під час проведення політичної кампанії ТНК може мобілізувати для її підтримки персонал своїх підприємств і підприємств-субпідрядників, банкіри – своїх клієнтів. Крім того, в останні десятиріччя ХХ ст. ТНК не обмежувалися фінансуванням окремих політичних діячів. Найбільші власники ТНК входять до складу урядів і балотуються на пости глав держав. Більше того, багато хто з них обіймає високі державні пости в секторах економіки, в яких вони до призначення мали значні фінансові інтереси.

Оскільки американські корпорації є могутніми вкладниками капіталу й істотно впливають на зарубіжну виробничу стратегію, головна увага в питаннях відносин ТНК і урядів приділяється саме їм. Інтереси американських ТНК і зовнішньої політики США значною мірою збігаються.

Такий збіг зумовлює здійснення більш загальної політики між ТНК і американським урядом. Лідери американських корпорацій і лідери держави загалом вірять, що іноземна експансія американських ТНК служить найважливішим інтересам ТНК. Тому американська політика за кордоном, як правило, спрямована на захист ТНК. Збіг інтересів існує в різних галузях.

Так, до кінця 70-х років американці контролювали видобуток більшої частини світових сировинних матеріалів і нафти у різних країнах і гарантували, таким чином, безпеку постачання і переваги для американських споживачів у періоди скорочення постачання. Наприклад, під час Корейської і В'єтнамської воєн американці значною мірою регулювали ціни на поставки цих товарів завдяки власності та контролю за ресурсами в інших країнах. Хоч вони (власність та контроль) були істотно підірвані у 80-ті роки, вплив американців у цих секторах істотний

Американські політичні лідери переконані, що національні інтереси США реалізуються шляхом експансії корпорацій у виробництво товарів і послуг. Прямі іноземні вкладення розглядаються як основний інструмент, за

допомогою якого США можуть утримувати свої позиції на зарубіжних ринках, а зарубіжна експансія ТНК – як засіб утримання американської домінуючої позиції у світовій економіці, передусім у Західній Європі та Японії. Ця експансія вважається ефективнішою, ніж розширення експорту зі США. Перенесення виробництва товарів у країни, що розвиваються, особливо тих, які потребують значних затрат праці, дає змогу американським корпораціям успішно конкурувати на світових ринках. Хоч американські корпорації експортують товари, капітал і технології, їх реальна сила – фінанси, дослідження розвитку й управлінський контроль. Вони залишаються у США і, у свою чергу, забезпечують високий рівень конкурентоспроможності американської економіки. Більше того, американські ТНК продовжують фінансувати баланс і є головним джерелом збереження обміну і балансу цього обміну із зарубіжними країнами, що зміцнює американську глобальну військову і політичну позицію, тому ТНК розглядаються як важливий чинник американського економічного і політичного добробуту та глобального впливу. Природно, що ТНК, у свою чергу, бояться націоналізації або певного обмеження своєї діяльності за кордоном і потребують істотної підтримки і захисту американського уряду.

Оскільки ТНК за своїм характером є міжнародно-оперуючими структурами, крім перелічених вище функцій вони виконують і функцію дипломатії у сфері зовнішніх відносин, в якій виступають як політичні агенти, маючи потужний потенціал:

1) наявність широкої мережі філій, дочірніх компаній, представництв, зв'язків, яких не має жодне дипломатичне відомство;

2) присутність ТНК в економіці приймаючих країн, у їхній інфраструктурі, зовнішній торгівлі, на відміну від офіційної дипломатії, яка діє на міждержавному рівні;

3) поширення контролю ТНК на засоби масової інформації, зв'язку, що означає володіння могутньою зброєю формування місцевої громадської думки;

4) створення в залежних країнах слухняної сили в особі представників місцевих політичних, суспільних кіл [68, с. 47].

Отже, ТНК мають величезні можливості для участі в політичних та економічних процесах. Однак роль інструменту здійснення зовнішньої політики однієї країни щодо іншої у разі прихованого або явного конфлікту викликає невдоволення бізнесменів, оскільки уряд США намагається маніпулювати або контролювати діяльність американських ТНК, щоб чинити тиск на уряди інших країн. Таких прикладів чимало. Зокрема, у тих випадках, коли держава займає антиамериканську позицію, вживаються обмежувальні заходи щодо експорту певних товарів у цю країну. ТНК перестають постачати їй необхідну техніку і технології, хоча нерідко це для них економічно не вигідно. Обмеження експорту та імпорту дають змогу США встановити контроль за іншими країнами і створюють для цих країн труднощі. Слід зазначити й те, що уряди інших країн все частіше розглядають ТНК як інструмент своєї національної політики, наприклад, щодо безпечного забезпечення своїх країн сировинними матеріалами. У низці випадків при ослабленні американських ТНК їхнє місце посідають японські та інші корпорації.

Проблема реалізації корпоративних інтересів ТНК полягає в тому, що відбувається ототожнення корпоративних і національних інтересів. Це ототожнення стало особливо помітним після енергетичної кризи 1973 року. Деякі вчені, профспілкові діячі, журналісти заговорили про те, що іноземні капіталовкладення слід використати для реалізації політики зайнятості, ефективнішого розподілу національного прибутку і зміцнення позицій американської економіки. Позиція і дії ТНК в інших країнах стали предметом обговорення і критики. Водночас слід зазначити, що через відносний спад в американській промисловості, значний торговий дефіцит і зростання безробіття, хронічний занепад балансу платежів закріпилося критичне ставлення до діяльності ТНК за кордоном. Поширеною була думка про необхідність більше вкладати в американську економіку і обмежити передачу американських технологій [68, с. 52].

Самі американці прагнули збільшити експорт продукції, що вироблялася у США, і отримати прибуток від іноземних капіталовкладень в американську

економіку. Однак американський уряд перебував на позиціях підтримки прямих іноземних капіталовкладень в економіку зарубіжних країн.

У 80-ті роки збільшився потік іноземних капіталовкладень в економіку США, що послабило ворожість стосовно американських капіталовкладень. Однак, незважаючи на це, громадська думка останніми роками все критичніше налаштована щодо іноземних капіталовкладень і діяльності ТНК. У США побутує думка, що прямі американські вкладення в інші країни створюють умови деіндустріалізації американської економіки. Стала утверджуватися точка зору на американську промисловість як просту збиральницю готових компонентів, вироблених за кордоном.

Отже, активна виробнича, інвестиційна та торгова діяльність ТНК дозволяє їм виконувати дві функції, котрі мають велике значення для всього світового господарства: стимулювання економічної інтеграції; міжнародне регулювання виробництва і розподілу продукції.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного аналізу отримано наступні висновки.

Теоретичне осмислення розвитку транснаціональних корпорацій починаючи з 30-х років ХХ століття і по наш час, дозволило сформуванню основні чинники появи корпорацій: а) отримання дешевих або якісних факторів виробництва; б) вихід на нові ринки збуту; в) зниження рівня конкуренції; г) зниження витрат виробництва; д) підвищення конкурентоспроможності. На основі перелічених чинників сформовані основні теоретичні уявлення стосовно діяльності транснаціональної корпорації.

З'ясування ознак ТНК та визначення сутності транснаціоналізації до цього часу є предметом науково-практичних досліджень. Характерними рисами транснаціональних компаній здебільшого визнаються: збереження національності походження компанії, багатонаціональність представництв, економічна експансія на зарубіжних ринках, вкладання капіталу. На нашу думку, найбільш містким є визначення транснаціональної компанії як підприємства, яке походить з однієї країни та вкладає ресурси в розширення своєї діяльності на міжнародному ринку шляхом заснування дочірніх компаній, відкриття філій в інших країнах з метою отримання найвигідніших умов господарської діяльності, що, в свою чергу, призводить до максимізації прибутку компанії та підвищення економічного впливу компанії на національні економічні системи світу.

Ознаки формування сучасного бізнес-середовища під впливом ТНК такі: ТНК на сучасному етапі контролюють більше половини світової торгівлі і фінансів, найбільш прибуткові галузі і виробництва в різних країнах; у наш час ТНК є основою господарського комплексу країн з розвинутою ринковою економікою; із початку ХХІ ст. ТНК виступають однією з основних рушійних сил та організаційних форм здійснення структурних зрушень в глобальній економіці; міжнародне виробництво ТНК нині формує нові контури міжнародного поділу праці, визначає тенденції регіональних та внутрішньодержавних секторальних змін; вагомою є роль ТНК у світових

науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробках (ними зареєстровано більш як 80 % усіх існуючих патентів та за рахунок їхніх коштів профінансовано близько 80 % усіх НДДКР). Крім того, вкладаючи значні кошти в економіку тих регіонів, де здійснюють свій бізнес, ТНК зазвичай мають потужний вплив не тільки на господарство країн, але й на громадськість та політичне лобі. Особливо авторитетними гравцями вони є в економіці та політиці країн, що розвиваються.

Дослідження процесів транснаціоналізації на прикладі конкретних компаній підтвердило наявність зростання конкурентної боротьби між великими підприємствами. Philip Morris International (надалі Philip Morris) – одна з найбільших тютюнових компаній у світі, яка виробляє багато марок сигарет, що користуються найбільшим попитом у споживачів. Входила до складу Altria Group. За власною оцінкою компанії, Philip Morris займає більше 15% світового ринку тютюнової продукції.

Діяльність транснаціональної корпорації Henkel зосереджена в трьох основних напрямках: миючі засоби та засоби для чищення; продукти по догляду за тілом; клеючі засоби для побутового й професійного використання.

Створення національних ТНК дозволяє певною мірою захистити національні економічні інтереси, сприяє подальшому розвитку вітчизняних господарських структур, інтернаціоналізації їх виробництва і капіталу, інтеграції країни у світову економіку, її участі в глобальних трансформаційних процесах.

Отже, потрібно створювати потужні національні структури повного замкнутого циклу, які займалися б видобутком сировини, її переробкою, виготовленням з неї продукції та її реалізацією. Забезпечення балансу між іноземними та національними ТНК загострить конкурентну боротьбу на ринку і сприятиме як кращому задоволенню потреб споживачів, так і підвищенню конкурентоспроможності національних компаній.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аванесова І.В. Глобальні інвестиційні стратегії ТНК / І.В. Аванесова // Європейська економіка. – 2019. – № 2. – С. 119-128.
2. Авдеева Е.Ф. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. / Е.Ф. Авдеева. – К. : Либідь, 2014. – 264 с.
3. Антимонопольний комітет України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
4. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2013. – 294 с.
5. Безпосередні конкуренти Henkel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bibliofond.ru/view.
6. Бізнес: Kyiv Post [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kyivpost.ua/.../glava-kraft-foods.
7. Білий О.І. Вплив теорій глобалізації на формування економічної політики в Україні / О.І. Білий // Держави та регіони. – 2018. – № 2. – С. 30–35.
8. Бондарчук І.В. Особливості інвестиційної стратегії нерезидентів в Україні / І.В. Бондарчук // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 2. – С. 34-41.
9. Ведомости о компании Henkel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: expert-coffee.ru/news/view/569.
10. Все о Henkel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www. Henkel.com.ru](http://www.Henkel.com.ru).
11. Гавриленко А.В. Основні аспекти впливу транснаціональних корпорацій на розвиток ринку України / А.В. Гавриленко // Держава та регіони. – 2018. – № 2. – С. 296-298

12. Гайдуцький І.П. Привабливість України для транснаціональних корпорацій / І.П. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2019. – № 1. – С. 152-157.
13. Географические аспекты деятельности транснациональных корпорацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.refine.com.ru.
14. Гетьман О.О. Економічна діагностика : навч. посіб. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – Дніпропетровськ : ДУЕП, 2017. – 78 с.
15. Гладій І.Й. Регіоналізація світового ринку: євроінтеграційний аспект : монографія / І.Й. Гладій. – Тернопіль: Економічна думка, 2016. – 544 с.
16. Даниленко А.А. Ефективність прямих інвестицій у промисловість України / А.А. Даниленко // Фінанси України. – 2018. – № 6. – С. 115.
17. Дахно І.І. Міжнародне економічне право: навч. посіб. / І.І. Дахно. – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 304 с.
18. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
19. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І.З. Должанський. – К. : Центр навчальної літератури, 2016. – 384 с.
20. Дружерученко Л.О. Зливати повільно / Л.О. Дружерученко // Контракти. – 2018. – № 43. – С. 34-48.
21. Дубчак І. В. Вплив ТНК на формування інституціонального середовища України / І.В. Дубчак // Ринок цінних паперів. – 2019. – № 5-6. – С. 41-42
22. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.investopedia.com
23. Жаліло Я.А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації : підруч. / Я.А. Жаліло, Я.Б. Базилюк, Я.В. Белінська. – К. : НІСД, 2015. – 480 с.
24. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» : за станом на 07 серпня 2018 р. / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

25. Закон України «Про режим іноземного інвестування» : за станом на 15 січня 2018р. / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

zakon.rada.gov.ua.

26. Закон України «Про нафту і газ» : за станом на 01січня 2017 р. / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.

27. Злиття та поглинання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrbizn.com/finansy.

28. Інвестиційна діяльність України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.net/ukr>

29. Індекс інфляції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bank-ua.com/index.

30. Історія компанії Philip Morris [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.foodsmarket.info.

31. Касьянов Я.П. Економіка титанів на товарних ринках України

/ Я.П. Касьянов // Маркетинг в Україні. – 2018. – № 6. – С. 28-33.

32. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С.М. Клименко. – К. : КНЕУ, 2018. – 520 с.

33. Козак Ю.Г. Міжнародна економіка : навч. посіб. / Ю.Г. Козак, Д.Г. Лук'яненко, Ю.В. Макогон . – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 560 с.

34. Ковальчук А. В. Сладкие деньги / А. В. Ковальчук // Топ-100 лучшие компании Украины. – 2018. – № 10. – С. 114-115.

35. Конвенція «Про транснаціональні корпорації» : за станом на 01 січня 2017 р. / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.

36. Куприн Н.М. Тенденции влияния глобализационных процессов на развитие и функционирование предприятий / Н.М Куприн // Економічні інновації. – 2015. – № 43. – С. 136

37. Лук'яненко Д. Г. Економічна інтеграція і глобальні проблеми сучасності: навч. посіб. / Д. Г. Лук'яненко – К. : КНЕУ, 2011. – 204 с.

38. Мазаракі А.А. Зовнішньоекономічна політика України: європейський та російський вектор : монографія / А.А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2010. – 280 с.

39. Маруняк Є.О. Сутність і основні риси транснаціональних корпорацій та їх розвиток в Україні / Є.О. Маруняк, Л.Г. Руденко-Сударєва // Український географічний журнал. – 2017. – № 4. – С. 18-26

40. Матриця Бостонської консалтингової групи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.buklib.net/component/option,com.

41. Медведкіна Є.О. Оптимізації міжнародних економічних відносин України в контексті забезпечення економічної безпеки / Є.О. Медведкіна // Стратегічні пріоритети. – 2017. – № 1. – С. 21

42. Михайлина Д.Г. Інноваційний розвиток як основа конкурентних переваг транснаціональних корпорацій / Д.Г. Михайлина // Україна: аспекти праці. – 2016. – № 2. – С. 48

43. Мірошник А.М. Розвиток корпоративних утворень в Україні / А. М. Мірошник // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 7. – С. 48

44. Огляд ринку тютюну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.souz-inform.com.ua.

45. Організаційна структура міжнародних корпорацій і культура їх діяльності корпорацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.grinchuk.lviv.ua.

46. Пасхавер О.Й. Формування великого приватного капіталу в Україні : монографія / О.Й. Пасхавер, Л.Т. Верховодова. – К. : Міленіум, 2014. – 90 с.

47. Пахомов С.Ю. Стратегії діяльності ТНК і проблеми дестабілізації світових ринкових відносин / С.Ю. Пахомов // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 5. – С. 13-17.

48. Пономаренко В.С. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підруч. для студ. вищих навч. закл. / В.С. Пономаренко, Л.І. Піддубна. – Х. : ІНЖЕК, 2017. – 280 с.

49. Портер М. Стратегія конкуренції : пер. з англ. / М. Портер. – К. : Основи, 1998. – 656 с.

50. Правове регулювання діяльності ТНК [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.znaj.ru.

51. Прейгер Д.К. Транснаціональні корпорації у нафтогазовій сфері та їх вплив на газотранспортну систему України / Д.К. Прейгер, І.А. Малярчук // Стратегічна панорама. – 2016. – № 4. – С. 23.

52. Проблеми залучення прямих інвестицій транснаціональних корпорацій в економіку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.personal.in.ua>.

53. Рейтинги України за показниками створення сприятливих умов для ведення бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org>.

54. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій : підруч. / О.І. Рогач. – К. : Либідь, 2015. – 716 с.

55. Рогач О.І. Транснаціоналізація світового господарства та перехідні

економіки: навч. посіб. / О.І. Рогач, О.І. Шнирков. – К. : ВЦ Київський університет, 2015. – 302 с.

56. Рокоча В.О. Транснаціональні корпорації: підруч. / В.О. Рокоча,

О.М. Плотніков, В.А. Новицький. – К. : Таксон, 2011. – 479 с.

57. Рубцева М.Ю. Особливості організації інвестиційно-виробничої діяльності ТНК в Україні / М. Ю. Рубцева // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 3. – С. 57–62.

58. Руденко-Сударєва Л.В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій: монографія / Л.В. Руденко. – К. : Кондор, 2014. – 478 с.

59. Рязанова Н.С. Транснаціональні корпорації як впливові учасники сучасної економіки / Н.С. Рязанова // Ринок цінних паперів України. – 2017. – № 5-6. – С. 33-40.

60. Самофалов В.В. Глобальний виклик ТНК / В.В Самофалов // Дзеркало тижня. – 2017. – № 31. – С. 12.

61. Саприкіна Н.В. Транснаціональні корпорації в системі інтернаціоналізації світового суспільного виробництва: дис. канд. екон. наук: 08.01.01 / Саприкіна Наталія Вікторівна. – К., 2016. – 182 с.

62. Семенов А. А. Закордонні філії ТНК: способи створення і фінансування / А.А Семенов // Фінанси України. – 2018. – № 5. – С. 59-66.

63. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. / І.Ю. Сіваченко, Ю.Г. Козак. – К. : Центр учбової

літератури, 2014. – 312 с.

64. Сколотяний Ю.М. Що не звіт – у нас «незалік» / Ю.М. Сколотяний //

Дзеркало тижня. – 2017. – № 36. – С. 18.

65. Соколенко С.І. Глобалізація і економіка України : навч. посіб. /

С.І. Соколенко. – К. : Логос, 2015. – 566 с.

66. Сорока І.Б. Транснаціональні корпорації та їх роль у процесі активізації міжнародної інтеграції / І.Б Сорока // Актуальні проблеми економіки. – 2017. –

№ 9. – С. 35-41

67. Сутність міжнародних корпорацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// investiciina-diyalnist.ru](http://investiciina-diyalnist.ru).

68. Транснаціональні корпорації та їх роль у сучасному розвитку міжнародних економічних відносин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kntu.kr.ua.

69. Фединяк Г.С. Правосуб'єктність транснаціональних корпорацій у час глобалізаційних процесів : монографія / Г.С. Фединяк. – К. : Атіка, 2017. – 17 с.

70. Федулова Л.І. Інтеграційні процеси корпоративних структур: можливості для інноваційного розвитку економіки України / Л.І. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2019. – №3. – С. 9.

71. Хоменко І.Б. Особливості інвестиційної діяльності ТНК в Україні

/ І.Б. Хоменко // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2018. – № 1. – С. 71-77.

72. Швиданенко О.А. Сучасні корпоративні стратегії ТНК / О.А. Швиданенко // Формування ринкової економіки. – 2016. – № 15. – С. 177-192.

73. Шнипко О.С. Транснаціональні корпорації та проблеми транснаціоналізації українського ринку / О.С. Шнипко // Економіст – 2019. – № 11. – С. 33-44.

74. Шкляр С.О. Процессы М&А в Украине, проблемы и перспективы: на пути к цивилизации / С.О. Шкляр // Слияния&поглощения. – 2017. – № 1-2. – С. 150

75. Шуба О. А. Роль транснаціональних компаній у створенні конкурентних переваг України на зовнішньому ринку / О.А. Шуба // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка. – 2018. – № 55. – С. 236.

76. Щорічний звіт компанії Henkel за 2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.henkelcompany.com/...annual-rep.

77. Щорічний звіт компанії Philip Morris 2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.PhilipMorris.com/.../PhilipMorrisDocuments/.

78. Якубовський Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності : навч. посіб. / С.О. Якубовський, Ю.Г. Козак, О.В. Савчук – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 488 с.

79. American Home product. Financial Tearsheet [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ahp.com.

80. Brand news [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://brandnews.ua>.

81. Fortune Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: money.cnn.com.

82. Forbes-2000 [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://forbes.com>.

83. Global 500 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2020/>.

84. Interbrand [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.interbrand.com/ru/best-global-brands/Best-Global-Brands-2020.aspx>.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Abstract

The main aim of this paper is to assess the role of transnational corporations in the international trade. Transnational corporations are the main players of the world economics. On one hand the globalization and regionalization create a very good conditions for development of TNCs, on the other hand firms reinforce this processes by their export and foreign direct investment.

In conditions of integration, internationalization and globalization processes, the activity of transnational corporations is the main driving forces of economic growth. The leading role of such entities in the world economy raises the broader their presentation, especially since there are many different definitions of transnational companies (transnational corporations – TNCs). According to the United Nations (UN) transnational corporation is one that:

- has branches and/or branches with at least two countries;
- create a management system to ensure implementation by the branch of the common strategies and policies;
- the linkage forms of subsidiaries which interact each others.

The importance of transnational corporations in the modern world economy systems not only of the theoretical foundations but of the economic side. The dynamic development of corporations have started in the fifties of the twenty century. The result of this situation was the increase of amount of capital invested in different region of world. In 1969, the world, have about seven thousand transnational corporations. In 1992, over 37 thousand TNCs, and about 200,000 foreign affiliates, and in 1996 this figure had risen to over 44,500, which control more than 270 thousand subsidiaries, and in 2019 to over 85 thousand and of 850 thousand its foreign subsidiaries. The main role for the world economy have the largest one hundred transnational corporations. In drawing up its annual rankings by the UNCTAD top positions occupied by the biggest corporations did not change over the years. In 2018, the initial locations on the list were: General Electric, Vodafone and Royal Dutch.

The strong position of corporations in the world economy due to the functions they perform:

- the movement of resources and capacity of production and trade;
- the stimulation of growth and the economic efficiency;
- the stimulation of restructuring;
- the reinforcement of the market competition;
- the integration of enterprises and economies.

Due to this concentration of market power, TNCs have achieved and demonstrated the ability to influence the direction of political and economic policies both on a national and international level. The degree to which their power has been used in the political arena to promote the corporate agenda has been widely overlooked. In the process, TNCs' ability to expand and generate profit has come to be perceived as necessary for economic growth. This has allowed TNCs to exploit the related notion that the most effective way to reduce poverty and meet the most essential human needs is through economic growth.

Ukraine does not evade the process of transnationalization, though relatively young state. Ukraine belongs to the host country multinationals. However, in order to attract corporations to place their facilities in our country must significantly improve its investment climate and economic attractiveness. The arrival of foreign TNCs in the Ukrainian market started immediately after independence of Ukraine. Ukraine as the host country TNCs are not taken its rightful place in their activities. Transnational corporations follow three general procedures when seeking to access new markets: merger with or direct acquisition of existing concerns; sequential market entry; and joint ventures.

Although certain natural advantages, Ukraine has one of the lowest indicators of FDI in Central and Eastern Europe and CIS. The volume of investments of foreign companies is insufficient for effective restructuring of Ukraine. Major capital investment seen in the industry, slightly lower the share of FDI in services.

TNC activities in Ukraine grows fairly rapidly, which is for the national economy as positive and negative effects on the economy of our country.

Among the positive effects of TNCs will select the next:

- Filling Savings Gap. The first important contribution of TNCs is its role in filling the resource gap between targeted or desired investment and domestically mobilized savings. For example, to achieve a 7% growth rate of national output if the required rate of saving is 21% but if the savings that can be domestically mobilised is only 16% then there is a 'saving gap' of 5%. If the country can fill this gap with foreign direct investments from the TNCs, it will be in a better position to achieve its target rate of economic growth.
- Filling Trade Gap. The second contribution relates to filling the foreign exchange or trade gap. An inflow of foreign capital can reduce or even remove the deficit in the balance of payments if the TNCs can generate a net positive flow of export earnings.
- Filling Revenue Gap. The third important role of TNCs is filling the gap between targeted governmental tax revenues and locally raised taxes. By taxing TNC profits, LDC governments are able to mobilize public financial resources for development projects.
- Filling Management/Technological Gap: Fourthly, Multinationals not only provide financial resources but they also supply a «package» of needed resources including management experience, entrepreneurial abilities, and technological skills. These can be transferred to their local counterparts by means of training programs and the process of «learning by doing». Moreover, TNCs bring with them the most sophisticated technological knowledge about production processes while transferring modern machinery and equipment to capital poor LDCs. Such transfers of knowledge, skills, and technology are assumed to be both desirable and productive for the recipient country.

Other Beneficial Roles:

- The TNCs also bring several other benefits to the host country.
- The domestic labour may benefit in the form of higher real wages.
- The consumers benefit by way of lower prices and better quality products.
- Investments by TNCs will also induce more domestic investment. For example, ancillary units can be set up to 'feed' the main industries of the TNCs
- MNCs expenditures on research and development(R&D), although limited is bound to benefit the host country.

The negative role of the TNCs are:

- Although TNCs provide capital, they may lower domestic savings and investment rates by stifling competition through exclusive production agreements with the host governments. TNCs often fail to reinvest much of their profits and also they may inhibit the expansion of indigenous firms.
- Although the initial impact of TNC investment is to improve the foreign exchange position of the recipient nation, its long-run impact may reduce foreign exchange earnings on both current and capital accounts. The current account may deteriorate as a result of substantial importation of intermediate and capital goods while the capital account may worsen because of the overseas repatriation of profits, interest, royalties, etc.
- While TNCs do contribute to public revenue in the form of corporate taxes, their contribution is considerably less than it should be as a result of liberal tax concessions, excessive investment allowances, subsidies and tariff protection provided by the host government.
- The management, entrepreneurial skills, technology, and overseas contacts provided by the TNCs may have little impact on developing local skills and resources. In fact, the development of these local skills may be inhibited by the TNCs by stifling the growth of indigenous entrepreneurship as a result of the TNCs dominance of local markets.
- TNCs' impact on development is very uneven. In many situations TNC activities reinforce dualistic economic structures and widens income inequalities. They tend to promote the interests of some few modern-sector workers only. They also divert resources away from the production of consumer goods by producing luxurious goods demanded by the local elites.
- TNCs typically produce inappropriate products and stimulate inappropriate consumption patterns through advertising and their monopolistic market power. Production is done with capital-intensive technique which is not useful for labour surplus economies. This would aggravate the unemployment problem in the host country.

- The behaviour pattern of TNCs reveals that they do not engage in R & D activities in underdeveloped countries. However, these LDCs have to bear the bulk of their costs.
- TNCs often use their economic power to influence government policies in directions unfavorable to development. The host government has to provide them special economic and political concessions in the form of excessive protection, lower tax, subsidized inputs, cheap provision of factory sites. As a result, the private profits of TNCs may exceed social benefits.
- Multinationals may damage the host countries by suppressing domestic entrepreneurship through their superior knowledge, worldwide contacts, and advertising skills. They drive out local competitors and inhibit the emergence of small-scale enterprises.

So, for a long time transnational corporations are dominating in the World Economy. They actively perform on the global scene and became the major force of the World Economy. TNCs have turned it into the global industry and supported Research and Development (R&D) in all its directions: rising of the technical level, improvement of the product quality, increase in the effectiveness of manufacture, development of all management forms and methods of conducting an enterprise. The role of TNCs in the development of the global economy systematically grows from year to year. Presently transnational corporations are the main actors of the international investment flows and the driving force of the international industrial development due to the following facts:

They play the main role in the enlargement and development of the international investment and innovation market (they are the most active ones in searching for areas for investing). TNCs influence the international corporate exchange by organizing international manufacture and realize the expansion process, related to the intensification of the direct investment flows. Corporations assure their high level of sales and growth by increasing their share on the markets of development and developing countries.