

Institute Discussion Paper. – № 09–013/3. – Mode of access: <http://papers.tinbergen.nl/09013.pdf>. – Date of access: 23.12.2014.

3. International Standard Cost Model Manual: Measuring and Reducing Administrative Burdens for Businesses [Electronic resource] // OECD. – Mode of access: <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/34227698.pdf>. – Date of access: 27.12.2014.

4. Дрозд, Д. Н. Государственная поддержка субъектов хозяйствования на основе дифференцированного подхода : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Д. Н. Дрозд. – Минск, 2012 – 121 л.

5. Наливайко, Г. М. Управление качеством : учеб. пособие / Г. М. Наливайко, А. Л. Кузнецов, И. Н. Фурс; под общ. ред. Г. М. Наливайко. – Минск: ФУАинформ, 2010. – 256 с.

## **ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ И СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ**

**Бертош Е.В.** доцент кафедры международных экономических отношений БГУ, кандидат экономических наук, доцент

Интернационализация, представляет собой комплекс международных операций в различных взаимосвязанных между собой формах и имеет сложную структуру производственных отношений. В условиях жесткой конкуренции на мировом рынке международные компании для сохранения своих позиций и увеличения объемов прибыли прибегают к различным стратегиям развития зарубежной деловой активности, ядром которых выступает международный трансфер технологий и НИОКР.

Отличительной особенностью интернациональной стратегии компании является выполнение НИОКР и внедрение инноваций на международном рынке для получения статуса технологического лидера в той или иной отрасли. Компании, использующие данную стратегию, аккумулируют все имеющиеся ресурсы организации для достижения поставленной цели. В большинстве случаев, внедряют этот стратегический подход компании, базирующиеся в технологически развитых странах, но при этом ограничивают расходы на НИОКР на местном принимающем рынке для укрепления конкурентных преимуществ за границей. Однако, изначально, процесс интернационализации компаний предполагал передачу новых товаров, методов производства, технологий из стран базирования в принимающие страны. Данный подход использовали такие американские компании, как Kraft, Pfitzer, Procter and Gamble, General Electric.

Корпорации, внедряющие многонациональную стратегию, для расширения своего присутствия на внешних рынках дифференцируют товары и услуги, адаптируя их к национальным особенностям

принимающих рынков. Основной целью данной стратегии интернационализации хозяйственной деятельности является получение максимальной прибыли. Однако основным ее недостатком является то, что компании часто чрезмерно зависят от излишней «локализации», то есть процесса, при котором дочерние фирмы должны не только идентифицировать потребности покупателей на местных рынках, но и использовать собственные внутренние ресурсы для их удовлетворения.

Исторически данной стратегии придерживались многие европейские компании, такие, как Unilever, ICI, Philips, Nestle. В них активы и ресурсы рассредоточены по всему миру, что позволяет дочерним компаниям проводить собственную политику во многих областях, начиная с НИОКР и производства и заканчивая сбытом и сервисным обслуживанием. Их экономическая независимость, как правило, сопровождалась определенной локальной автономностью. Но, несмотря на то, что такие национальные дочерние компании были очень гибки и чувствительны к изменениям потребностей на внутренних рынках, они неизбежно сталкивались с проблемами неэффективности, которые были вызваны невозможностью использования знаний, опыта и технологий других дочерних компаний.

Компании, применяющие глобальный стратегический подход, полагаются преимущественно на эффективное функционирование в общемировом масштабе. Вся их деятельность направлена на установление наилучших цен и объемов производства продукции.

Стратегия применяется многими японскими компаниями, такими, как Toyota, Canon, Komatsu, Matsushita. Эффективность на международном уровне обусловлена нахождением определенного компромисса между гибкостью и опытом. Например, производители, концентрирующиеся на достижении эффекта «масштаба», часто сталкиваются с высоким объемом межстрановых перевозок. По этой же причине компании, использующие глобальную стратегию в области НИОКР в целях повышения эффективности, часто ограничены в возможности получения разработок от дочерних компаний вне страны базирования или распространения данных разработок по всему миру. В целом концентрация таких областей деятельности, как НИОКР, и производство на международном уровне порождает ресурсные риски для компаний, такие, как риски изменения валютного курса. На практике же многие компании применяют региональную стратегию, концентрируясь на развитии в стране базирования, и, возможно, еще на одном или двух регионах.

Вышеописанные стратегии интернационализации в определенной мере подразумевают способы достижения конкурентных преимуществ на мировых рынках. Глобальные компании считают, что наличие наименьших издержек является ключевым в достижении высокого уровня

конкурентоспособности, многонациональные – определяют дифференциацию важнейшим средством повышения производительности, а интернациональные – используют инновации для снижения издержек, повышения прибыли и завоевания технологического лидерства. Компании, применяющие транснациональную стратегию, считают каждый из этих подходов ограниченным, имеющим свои достоинства, но не охватывающим всех областей деятельности организации.

Для завоевания конкурентных преимуществ на мировом рынке, необходимо оптимизировать объем затрат и прибыли, увеличивать эффективность производства и осуществлять целенаправленную деятельность по внедрению инноваций. Поэтому вместо того, чтобы концентрироваться только на какой-либо одной сфере деятельности, транснациональные компании разрабатывают каждую группу целей и повышают конкурентные преимущества с одновременным развитием производства и качества человеческого потенциала сотрудников.

Для этого транснациональные компании разрабатывают более сложную структуру целей и возможностей, чем многонациональные, интернациональные и глобальные компании. Глобальные компании в основном концентрируются, как в стране базирования, так и за рубежом в странах с низкими уровнем издержек с целью достижения эффекта «масштаба». Многонациональные – обычно распределяют ресурсы для выполнения различных операций на рынках принимающих стран для адаптации товаров (услуг) к местным особенностям и потребностям. Интернациональные компании используют централизацию ресурсов для разработки инноваций и повсеместного их внедрения.

В свою очередь, транснациональные компании должны разработать более сложную и дифференцированную структуру целей и возможностей. Необходимо определить, какие ресурсы, и какую деятельность следует сконцентрировать в стране базирования для достижения эффекта масштаба, защиты основной деятельности и управления персоналом. НИОКР организации могут расцениваться в качестве такого вида деятельности, причем основные технологии разрабатываются в рамках национальной экономики для защиты стратегических интересов компании.

Для компаний внедряющих транснациональный подход характерна централизация функций бухгалтерского учета и международного менеджмента для облегчения контроля топ-менеджеров над данными аспектами деятельности организации. Некоторые ресурсы также могут концентрироваться не в стране базирования – это, скорее, определенная «эксцентрализация», а не децентрализация. Международные производители трудоинтенсивных товаров обычно располагаются в странах с низким уровнем оплаты труда. В то же время использование определенных

технологий может потребовать концентрации НИОКР в таких странах, как Япония, Германия или США. Такая гибкая специализация – или «эксцентрализация», дополняет преимущества, полученные от эффекта масштаба гибкостью доступа к дешевым ресурсам и учетом национальных интересов при доступе к ограниченным ресурсам. Такой подход может использоваться и при других видах деятельности. Так, в свое время, компания Sony сосредоточила финансовые операции в Лондоне для облегчения доступа к финансовым рынкам.

#### **Список источников**

1. Bartlett, C. A., Beamish, P. W. International, multinational, global and transnational strategies / C. A. Bartlett, P. W. Beamish // Transnational management. – 2011. – № 6 – P. 778.

### **ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ГЕОЭКОНОМИКА**

**Вашило А.А.**, аспирант кафедры экономической политики БГЭУ

Непрерывная борьба на мировой арене за возможность контроля и доминирования над пространством, движением капитала и рабочей силы, установления власти с целью отстаивания своих интересов все больше перемещается из политической в экономическую плоскость. В конце XX века в рамках геополитики возникло новое направление – геоэкономика, которая занимается изучением влияния пространственных факторов на сферу производства и распределения товаров, использования пространства для расширения экономической деятельности [1, с. 41].

Мощнейшими факторами глобализации мировой экономики становятся трансграничное движение капиталов, международная торговля товарами и услугами, миграция рабочей силы. Глобальная трансформация мира, являясь уникальным феноменом XXI века, определяет формирование геоэкономики как отражения процесса глобализации и новой парадигмы мироустройства [2].

Движущей силой глобализации являются высокие, наукоемкие технологии, которые упрощают международный обмен, приводят к увеличению доли экспорта и импорта, включают региональную экономику в систему международного разделения труда. Это в свою очередь обуславливает всеобщую либерализацию внешней торговли и денежных рынков различных стран, интернационализацию производства и сетей сбыта продукции, а также быстрое и широкое освоение новых технологий, с помощью которых обеспечивается беспрепятственное и ускоренное движение международных потоков товаров, услуг и капитала.

В настоящее время происходит усиление процесса глобализации и превращение его в доминирующий фактор мировой экономической