**Губар Ніла Петрівна. Стратегії формування конкурентних переваг транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації світогосподарських зв'язків: дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. - К., 2004. , табл.**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Губар Н.П. Стратегії формування конкурентних переваг транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації світогосподарських зв’язків.**– Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.02.03 – організація управління, планування і регулювання економікою. – Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, 2004 рік.  Дисертацію присвячено питанням формування конкурентних переваг транснаціональних корпорацій під впливом дії глобалізаційних процесів у світовій економіці. Досліджено розвиток процесів глобалізації світової економіки та визначено їх вплив на підходи до формування конкурентних переваг сучасних ТНК, який, перш за все, полягає у використанні злиттів та поглинань для нарощування їх економічного потенціалу. Проаналізовано зміни маркетингових стратегій транснаціональних корпорацій під впливом процесів глобалізації. Запропоновано модель створення та розвитку транснаціональних корпорацій за участю українських компаній з метою досягнення ними певних конкурентних переваг як на ринках пострадянських країн, так і на світових ринках. | |
| |  | | --- | | Результати проведеного дисертаційного дослідження дозволили автору зробити наступні найбільш важливі висновки, які характеризуються науковою новизною та мають теоретико-методологічне і науково-практичне значення:   1. Сучасна глобальна економіка - це знання, продукти, послуги та інформація, принципово нові способи ведення господарства у наднаціональному масштабі. З інституціональної точки зору, світова економіка вступила у безпрецедентний період глобалізації, коли поняття “гіпер” та дійсність знаходяться у прямій узгодженості. Ринки капіталів, товарів та робочої сили стають віртуальними і інтернаціональними. Найбільш важливі рішення переносяться на наднаціональний рівень, а конкуренція є тотальною та індивідуальною водночас. 2. Транснаціональні корпорації зараз виступають у ролі основної сили глобалізаційного процесу, здійснюючи експансію у “глобальному просторі”. Парадокс сучасного міжнародного поділу праці полягає у тому, що (оскільки для ТНК більш немає потреби виробляти самим те, що вони збираються продавати) зникають бар’єри виходу на ринок. Традиційні межі галузей розмиваються, бар’єри зникають, а товари, технології та капітали вільно долають географічні кордони держав. Можливості великих компаній уже не визначаються лише “фізичними” ресурсами, а більша частина усього процесу створення вартості передається постачальникам та незалежним виробникам з усього світу. 3. Сучасна транснаціональна економіка була створена трьома головними силами – технологіями, суспільними інститутами та системою цінностей. Це сувора система контролю усіх суб’єктів, які входять у глобальний ринок або виходять з нього. У зв’язку з цим гнучка адаптація ТНК до конкретних умов середовища вносить зміни до їх корпоративних стратегій, які передбачають формування та використання нових модифікованих конкурентних переваг, таких, як: порівняльні переваги окремих країн, економію за рахунок масштабів виробництва, глобальний досвід ведення бізнесу, економію за рахунок масштабів матеріально-технічного забезпечення, маркетингу, закупівлі, а також запатентовані технології виробництва товарів. 4. Характерними рисами сучасних стратегій ТНК є гнучкість інвестиційної політики та концентрація зусиль на випуску високоякісної продукції обмеженого асортименту. Конкурентна стратегія означає бути на один крок попереду конкурентів, але сьогодні це уже дорога в нікуди. На черзі – унікальна стратегія ТНК, яка базується на товарній етиці та естетиці, потенціалі емоційної конкурентоспроможності та корпоративній уяві. На світовому ринку, де “переможець забирає усе”, конкурентні переваги ТНК визначаються не за середніми, а за визначальними показниками товару, послуги, процесу чи технології. 5. Основним фактором, який підштовхує ТНК до використання злиттів та поглинань, є їх орієнтація на експансію і зростання, яка чітко простежується з другої половини 90-х років. Світовий досвід дозволяє виділити основні мотиви злиттів і поглинань компаній, до яких відносяться одержання синергійного ефекту, підвищення якості управління та усунення неефективності, усунення конкурентів, податкові мотиви, диверсифікація виробництва та можливість використання надлишкових ресурсів, різниця у ринковій ціні компанії і вартості її заміщення, а також різниця між ліквідаційною і поточною ринковою вартістю (продаж “врозкид”). 6. Діяльність ТНК у глобальному масштабі визначає певну специфіку їх маркетингових стратегій. У цілому можна виділити два принципові підходи до маркетингових стратегій ТНК – глобальні та багатонаціональні (їх ще можна інтерпретувати як стратегії стандартизації та адаптації). Сутність глобальних маркетингових стратегій полягає у тому, що ТНК використовує стандартизований комплекс маркетингу без урахування специфічних умов окремих національних ринків і діє у світовому масштабі під глобальним брендом. Багатонаціональна маркетингова стратегія характеризується різноманітними підходами до кожного національного ринку з урахуванням його специфічних особливостей і передбачає адаптацію брендів до конкретних національних або регіональних ринків (або створення нових брендів виключно під певний ринок). 7. Виходячи з сучасного стану розвитку вітчизняної економіки та економік країн СНД, реінтеграція пострадянського економічного простору та формування системи транснаціональних корпорацій за участю капіталів країн Співдружності є важливою передумовою збереження українськими компаніями існуючих та основою для набуття нових конкурентних переваг. 8. На сучасному етапі практично у всіх країнах СНД йде процес деіндустріалізації, і проблема економічного виживання та збереження статусу держав технічної цивілізації стала домінантною як для України, так і для інших країн СНД. Запропонована автором концептуальна модель до створення та розвитку транснаціональних корпорацій в Україні передбачає, що першим етапом у напрямку до транснаціоналізації повинно стати формування вертикально інтегрованих структур виробничого характеру, основною метою яких стане виробництво конкурентоспроможного за ціною та якістю продукту. Наступним кроком повинна стати сама транснаціоналізація, тобто створення материнської компанії за участю капіталів України та країн СНД з низкою дочірніх підприємств, які зможуть за рахунок об’єднання виробничого, наукового та фінансового потенціалу і реалізації єдиної цілеспрямованої стратегії досягти певних конкурентних переваг як на ринках пострадянських країн, так і на світових ринках. 9. Управління технічним прогресом у пострадянських компаніях вимагає організаційних змін у вигляді реорганізації виробництва та структур управління, децентралізації прийняття рішень, інноваційного управління персоналом, відповідних систем стимулювання. Домінуючими видами стратегій стають спільні підприємства, які передбачають використання капіталу, ліцензій та технології партнера, і придбання іноземними компаніями компаній на території країн СНД. | |