

Джылкычиева Ж.Т., Бекибаев И.Ж., Карабаева А.Т.

ЭЛ АРАЛЫК БАШКАРУУНУН ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ

Джылкычиева Ж.Т., Бекибаев И.Ж., Карабаева А.Т.

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Zh. Dzhylykchieva, I. Bekibaev, A. Karabaeva

FEATURES OF INTERNATIONAL MANAGEMENT

УДК: 33.336.025

Азыркы учурда дүйнөлүк рынокто жогорку атаандаштык бар, ошондуктан атаандаштыктан аман калуу үчүн эл аралык менеджменттин эң алдыңкы ыкмаларын колдонуу талап кылынат. Бизнесин ааламдашуу тенденциялары оюнчулардын дүйнөлүк рынокто көбүрөөк болушуна алып келет, ошондой эле көптөгөн жергиликтүү компаниялар эл аралык рынокко чыгууга жана өз товарларын жана кызматтарын кошууча чет өлкөлүк рынокторго сатууга, башкача айтканда, өз ишинин масштабын кеңейтүүгө жана кирешени көбөйтүүгө умтулушат. Эл аралык бизнеске таасир эткен негизги фактор ички жана эл аралык компаниялардын улуттук чек аралардан чыгып, жаңы өнөктөштөр жана керектөөчүлөр менен бизнес операцияларын экономикалык жактан натыйжалуу жүргүзүү аркылуу башка деңгээлдеги базарларга кошууча киреше алууга умтулуусу. Бул жагдай жана эл аралык бизнес жүргүзүүнүн өзгөчөлүктөрү, мүнөздүү өзгөчөлүктөрү менен шартталган. Өз кезегинде бул эл аралык менеджментти өнүктүрүүгө кызыгууну арттырат.

Негизги сөздөр: глобалдашуу, интернационалдаштыруу, эл аралык бизнес, эл аралык менеджмент, глобалдык стратегия, трансулуттук корпорациялар.

В настоящее время на мировом рынке наблюдается высокая конкуренция, поэтому для выживания в конкурентной борьбе требуется применение самых передовых техник международного менеджмента. Тенденции глобализации бизнеса приводят к тому, что игроков все больше именно на мировом рынке, также многие локальные компании стремятся выйти на международный рынок и сбывать свои товары и услуги в дополнительные зарубежные рынки сбыта, то есть расширять масштабы своей деятельности и увеличивать выручку. Главным фактором, влияющим на международный бизнес, является стремление компаний как внутривосточных, так и международных, при выходе за пределы исключительно национальных границ, извлечь дополнительную прибыль с помощью экономически эффективного ведения деловых операций с новыми партнерами и потребителями на рынках принципиально другого уровня. Данным фактором и обусловлена специфика, характерные черты международного ведения бизнеса. В свою очередь это повышает интерес к развитию международного менеджмента.

Ключевые слова: глобализация, интернационализация, международный бизнес, международный менеджмент, глобальная стратегия, транснациональные корпорации.

Currently, there is high competition in the global market, therefore, the use of the most advanced international management techniques is required to survive in the competitive struggle. The trends of business globalization lead to the fact that there are more and more players in the global market, and many local companies are also striving to enter the international market and sell their goods and services to additional foreign markets, that is, expand the scope of their activities and increase revenue. The main factor influencing international business is the desire of companies, both domestic and

international, when going beyond exclusively national borders, to extract additional profits through cost-effective business transactions with new partners and consumers to markets of a fundamentally different level. This factor determines the specifics and characteristic features of international business. In turn, this increases interest in the development of international management.

Key words: globalization, internationalization, international business, international management, global strategy, multinational corporations.

Введение. «Каждый солдат мечтает стать генералом» гласит народная мудрость. Так и каждое предприятие, не зависимо от организационно-правовой формы стремиться сориентировать свою деятельность и выйти на международный рынок. Однако внешнеэкономическая деятельность имеет свои особенности и сложности ведения международного бизнеса, которые составляют актуальность данной темы исследования.

Цель исследования: раскрыть сущность международного менеджмента, его роль и значение для повышения эффективности деятельности развивающихся компаний.

Материалы и методы. Для реализации поставленной цели сформулированы следующие задачи:

- изучить особенности развития международного менеджмента, структуру международного менеджмента;
- рассмотреть проблемы и задачи международного менеджмента.

Объект исследования – международный бизнес

Предмет исследования – теоретические положения в области организации и управления в международных компаниях.

Научное исследование проведено с использованием различных методов: анализ и синтез, эмпирический метод. Данная научная статья основана на исследованиях ученых в области международного менеджмента. Результаты их работ были использованы в качестве научной базы данной статьи. Таким образом авторы публикации рассматривают труды: Коренюшкина С.И., Соловьева К.А. [1], Riley, Т. [2], Григорук Н.Е., Галкина С.А. [6], Володько В.Ф. [10], Н.Ю. Кониной, Р.Б. Ноздрева, В.А. Буренин [11], Медведева А.Г. [12], Абрамовой Е.А. [14].

Информационной основой, на которой базируется данная публикация послужили различные интернет-ресурсы, научные публикации.

Результаты и обсуждение. Глобализация является характерной чертой процессов изменения структуры мирового хозяйства, понимаемого как совокупность национальных хозяйств, связанных друг с другом системой международного разделения труда, экономических и политических отношений, путём включения в мировой рынок и тесного переплетения экономики на основе транснационализации и регионализации [1].

Проявления экономической глобализации наблюдались на протяжении последних тысячелетий, с момента возникновения международной торговли. Однако в последние 20-30 лет наблюдается стремительное увеличение темпов этого явления [2].

Глобализация мировой экономики создает новые условия для компаний, организаций, предприятий. Какие факторы оказывают в большей степени влияние на их деятельность, какими новыми инструментами необходимо овладеть менеджерам при выходе на интернациональный рынок, каким квалификационным требованиям должен отвечать персонал организации. Сложности, возникающие из-за глобального ландшафта должен решать международный менеджмент.

Управление транснациональными корпорациями, промышленными и коммерческими операциями в условиях экономической глобализации, в разных странах, разных культурных средах представляет собой международный менеджмент.

Основные функции менеджмента планирование, организация, мотивация, контроль в транснациональных корпорациях остаются неизменными. Однако такие функциональные зоны как производство, маркетинг, финансы, управление человеческими ресурсами требуют координации и регулирования с учетом новых условий деятельности особенностей законов, обычаев, традиций, языка каждого общества в котором реализуется продукция корпорации.

С другой стороны сами транснациональные компании оказывают сильное влияние на хозяйственное развитие стран, регионов, всего мирового сообщества, являясь мощным фактором экономического роста, усиливая зависимость стран от международного товарооборота [3]. Несмотря на прогнозируемое сокращение торговли на 1% в 2023 году, по сравнению с 2022 годом из-за роста цен на энергоносители, удовлетворение ее влияние не уменьшилось [4].

Сегодня менеджмент выделяет различные модели: японская, американская, западноевропейская, азиатская, восточноевропейская. Каждая модель имеет свои особенности, которые характерны той или иной культуре или стране. Однако Г. Минсберг в своей «гипотезе универсалиста» считает, что есть база универсальных инструментов, которые менеджер может применить в разных организациях, культурах

независимо от национального фактора. Западные ученые продвигают «гипотезу конвергенции» в которой утверждают, что степень индустриализации страны прямо влияет на перспективы использования менеджера прогрессивных инструментов управления вне зависимости от культуры своей страны. В свою очередь «гипотеза расхождения» подчеркивает влияние в большей степени интернациональных взаимоотношений на менеджмент, в отличие от его национальных характеристик [5].

Международные организации разрабатывают унифицированные методики и стандарты статистического учёта [6] и используют международные правила Инкотермс, для международной торговли, признанные по всему миру [7]. Регулированием занимаются такие международные организации как Комиссия ООН по праву международной торговли, Всемирная торговая организация, Всемирный экономический форум.

Одной из важных частей международного менеджмента является внешнеэкономическая деятельность организации, связанная с внешней торговлей и трансграничной торговлей товарами, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности, инвестированием, производственной кооперацией, осуществлением финансовых операций, а также деятельность государства по регулированию этих отношений и развитию экономического сотрудничества с международными организациями, иностранными государствами и зарубежными хозяйствующими субъектами [8].

Транснационализация бизнеса имеет свои цели: расширение доступа к новым рынкам, снижение затрат за счет преимуществ в различиях, увеличение объема продаж и прибыли, улучшение имиджа и бренда компании. Компании через применение глобальной стратегии, мультинациональной стратегии, транснациональной стратегии, локализационной стратегии, интернационализационной стратегии расширяют свою деятельность за пределы национальных границ.

Таким образом международный менеджмент изучает управление деловой активностью компании в международной сфере [8].

Инструментами международного менеджмента является совокупность методов и приемов работы по изучению современной культурной среды, внешних рынков, поиск и выбор контрагента, применение способов ведения международных деловых переговоров, управления международной маркетинговой деятельности, методы формулирования и реализации стратегий, приемы принятия управленческих решений в международных компаниях.

Международный менеджмент имеет направления:

- Организационное управление;
- Управление производством;

- Управление научно-технической деятельностью;
- Управление маркетингом;
- Управление стоимостью;
- Управление информацией;
- Управление изменениями;
- Управление персоналом [8].

Международный менеджмент существенно отличается от любого национального. Основные различия заключаются в условиях, людях, информации, отношении к инновациям и другие [9]. Основной целью международного менеджмента является формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ.

Существенное усложнение задач, стоящих перед международными менеджерами, и повышение требований, предъявляемых к высшему руководству международных компаний [10], ставит в качестве основной задачи в развитии международного менеджмента это подготовка и повышение уровня профессионализма и квалификации персонала. В тоже время в глобальной среде открывается множество благоприятных возможностей для менеджеров [11].

Развитие и расширение Интернета и цифровых технологий ведут к изменениям во всей системе менеджмента международных компаний, что позволяет компаниям минимизировать транзакционные издержки, увеличить темпы роста продаж и рыночной капитализации, в тоже время происходят изменения в структуре управления компаний, меняется производственный и операционный менеджмент. Интернет вещей и 3d-принтеры, вероятно, изменят характеристики всей мировой промышленности [12].

Международный менеджмент все более активно применяет финансовый менеджмент и международный аутсорсинг инструмент стратегии сокращения издержек.

Организационные структуры ТНК зависят от ассортимента товаров и услуг, с которыми они выходят на мировой рынок [13]. Использование современных информационных технологий привело к появлению метанациональных организационных структур с расширенными полномочиями зарубежных подразделений и снижением роли корпоративного центра.

В условиях обострения глобальной конкуренции важнейшими инструментами менеджмента конкурентоспособности международных компаний выступают слияния и поглощения как альтернатива органическому росту и международные стратегические

альянсы. За период с 1991 г. по 2018 г. SAP осуществила 67 крупных международных сделок по слияниям и поглощениям [14].

Вывод. В современном международном бизнесе международные компании способны внедрять организационные управленческие инновации, мобилизовать собственный инновационный потенциал могут иметь конкурентные преимущества, быстро реагировать на непрерывные изменения, меняющиеся угрозы, появляющиеся возможности.

Литература:

1. Коренюшкина Светлана Ильинична, Соловьев Кирилл Анатольевич. Суверенитет в эпоху глобализации: теория и практика // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). - 2015. - № 1 (34).
2. Riley T: «Year 12 Economics», P. 12. Tim Riley Publications, 2005 (англ.)
3. https://ru.wikipedia.org/wiki/Международная_торговля
4. Reuters (2022-10-05). "WTO warns 'darkened' trade outlook could deteriorate further". Reuters. Архивировано из оригинала 5 октября 2022.
5. <https://zaochnik.com/spravochnik/menedzhment/teorija-upravlenija/mezhdunarodnyj-menedzhment/>
6. Григорук Н.Е., Галкин С.А. Актуальные вопросы внедрения международных стандартов в статистику внешней торговли России. // Вестник МГИМО Университета. - 2015. - Вып. 1 (40). - С. 189-195. – ISSN 2071-8160.
7. Инкотермс // Казахстан. Национальная энциклопедия. - Алматы: Казак энциклопедиясы, 2005. – Т. II. - ISBN 9965-9746-3-2. (CC BY-SA 3.0)
8. Научно-образовательный портал «Большая российская энциклопедия». https://spravochnik.ru/mezhdunarodnye_otnosheniya/realizaciya_mezhdunarodnogo_menedzhmenta_v_biznes_kompaniy_razvityh_stran/
9. Володько В.Ф. Международный менеджмент. Учебное пособие / В.Ф. Володько; БНТУ. - Минск: Амалфея, 2007. - С. 13.
10. Современные проблемы менеджмента, маркетинга и предпринимательства. / Монография / Н.Ю. Кониная, Р.Б. Ноздрева, В.А. Буренин и др.; под общ. ред. и с предисл. Н.Ю. Кониной; МГИМО (ун-т) МИД РФ. - Москва, 2018. - 626 с.
11. Медведев А.Г. Международный менеджмент: стратегические решения в многонациональных компаниях: учеб. / А.Г. Медведев; С.-Петерб. гос. ун-т. - СПб., 2014. - 496 с.
12. Кониная Н.Ю. Шестой технологический уклад и менеджмент современных компаний. // Вопросы экономики и права. - 2014. - № 69. - С. 43-46.
13. Абрамова, Е.А. Международный менеджмент (продвинутый уровень): учеб. пособие. / Е.А. Абрамова, И.Л. Соколова, Л.Р. Бегларян; Иван. гос. хим.-тех. ун-т. - Иваново, 2018.
14. Sudarsanam, Sudi. Creating Value from Mergers and Acquisitions: The Challenges. 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Financial Times Prentice Hall, 2010.; Forrest C. The M&A strategies of 10 tech giants: A founder's guide to selling your startup. [Electronic Resource] <https://www.techrepublic.com/article/the-m-a-strategies-of-the-top-10-tech-companies/>