

коштів, що забезпечить усім нам цивілізоване комфортне життя.

Список використаних джерел

1. Міністерство фінансів України [офіційний сайт] : укр. версія. / МФУ. — Електрон. текст. і граф. дані. — К. : МФУ, 2014 . — Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua> (дата звернення 20.11.2014). — Назва з екрана.



УДК 65.012.32

Літовченко Богдан

к.е.н., доцент

Академія митної служби України

м. Дніпропетровськ

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ

Анотація

В статті розглянуто питання про розвиток теорії та практики сучасного менеджменту в умовах глобалізації. На основі дослідження підходів до зміни парадигми глобалізації аналізується еволюція міжнародного і багатонаціонального менеджменту і вимоги до менеджерів у міжнародному бізнесі.

Ключові слова: *глобалізація, глобалізація виробництва, глобалізація ринків, міжнародний бізнес, школи міжнародного менеджменту, вимоги до сучасного менеджера.*

Поняття глобалізації з'явилося у сфері міжнародного менеджменту на початку 80-х рр. ХХ-го ст. Так, професор гарвардської школи бізнесу Теодор Левітт передбачив появу глобалізації як наслідок виникнення ситуації, коли нова технологія дозволяє розширювати охоплення глобальних засобів інформації і знижувати вартість комунікацій. В такому випадку смаки споживачів будуть зближуватися, що послужить причиною появи глобальних ринків для стандартних товарів [1].

Подальшим етапом розвитку досліджень глобалізації стає її всезагальний рівень – вона починається розглядатися теоретиками і практиками багатьох галузей досліджень як процес всесвітньої політичної, економічної, територіальної, військової, екологічної, соціальної, культурної та інформаційної взаємодії багатьох держав світу для створення глобальної цивілізації (метасупільства) або всесвітньої культури (сьогодні глобальний менеджмент у багатьох відношеннях створюється міжнародними організаціями – НАТО, СОТ, СОТ, ВМО, ЄС та ін. – які встановлюють “правила гри” у глобальному ринковому середовищі).

Загалом, головною метою глобалізації вважається реалізація концепції поступального розвитку світової економіки на основі росту науковомісткої сфери та сфери послуг за вдяки стратегії піднесення національних економік держав, що розвиваються, до рівня конкурентоспроможної інноваційної

економіки, їх перетворення на повноцінних суб'єктів світової економіки та вибору гідного статусу у світовій системі [2, с. 62; 3, с. 26-27].

Сучасний менеджмент міжнародного бізнесу розглядає глобалізацію як всесвітню тенденцію розширення бізнесу за межі власної національної економіки – у світі глобальної економіки будь-яка організація з будь-якої країни може стати конкурентом [4, с. 3]. У світлі цього в теорії міжнародного менеджменту виникає два майже протилежні напрями – глобалізації виробництва, а потім глобалізації ринків.

Термін «глобалізація виробництва» стосується тенденції, яка спостерігається в менеджменті міжнародних (багатонаціональних) підприємств (БНП), головним чином, транснаціональних корпорацій, які все в більшій мірі розташовують своє виробництво по всьому світу. По суті, ці БНП з максимальною вигодою використовують фактори виробництва країн перебування для того, що виробити свою власну політику виробництва.

Глобалізація ринків складає абсолютну протилежність більш звичним поглядам глобального маркетингу. Глобалізація ринків припускає, що багато БНП не розглядають індивідуальні національні ринки як окремі економічні об'єкти. Не дивлячись на те, що до останньої третини ХХ-го ст. багато країн були закритими з тієї причини що там було важко здійснювати торгову діяльність, сьогодні, коли торгівельні бар'єри подолані, ці національні ринки зливаються і до них можна застосувати однаковий підхід. Проблеми з приводу транспортування, віддаленості і навіть культури БНП відносять до одної категорії по мірі того, як вони все в більшій степені розглядають всі національні ринки однаково [5, с. 119].

Економічна глобалізація привела до змін у поглядах на ролі менеджера і вимоги до менеджменту. На першому етапі розвитку міжнародного бізнесу панувала концепція практичної школи, коли успішність виконання класичних управлінських ролей на внутрішньому ринку повинна була автоматично корелюватися із зовнішньоекономічною діяльністю. З розвитком відкритості багатьох національних економік отримала поширення крос(між)культурна школа менеджменту, яка робила наголос на виконання міжнародним менеджером таких ролей: організатор стратегічного пошуку можливостей компанії на зовнішньому ринку; стратегічний мотиватор; культурний аналітик; ефективний організатор і керівник інтернаціонального колективу; дипломат і громадський діяч; “стратегічний оптимізатор міжнародного бізнесу” [6, с. 327-328].

Сучасні вимоги глобального бізнесу істотно відрізняються від звичних критеріїв успішного менеджера. Якщо звичайний процес прийняття рішень базувався на фактах та інформації, то у багатонаціональному бізнесі в умовах міжкультурного середовища більш надійними є інтуїція, почуття і враження. Факти добре використовувати в межах однієї культури, а аргументація ними менш переконлива, ніж враження та інтуїція, які засновані не тільки на документованій інформації, але й невлених процесах, які важко довести фактами.

Глобалізація ставить до менеджменту такі вимоги: глобальне мислення,

тобто розуміння того, що світовий бізнес швидко змінюється і стає все більш взаємозалежним; готовність управляти змінами і трансакціями у глобальному середовищі; здатність працювати з людьми з різними світоглядами та культурними цінностями; здатність створювати систему навчання та пристосування до змін конкурентного середовища глобальної економіки, залучаючи для цього весь персонал і мотивуючи його вдосконалення; далекоглядно-перспективне орієнтування у комплексних ринках міжнародного середовища; координація взаємозалежностей бізнесових функцій (маркетингових і виробничих) через національні кордони; трансферабельність, тобто готовність прийняти закордонне призначення на основі знання інших культур та вміння ведення переговорів; усвідомлення наявності національних культур і розуміння, що навіть в умовах глобалізації ринки культурно відмінні. Жоден підприємець чи менеджер не може досягти успіху без глибокого розуміння національної культури країни, де вони роблять бізнес.

Історично, еволюційний розвиток процесів економічної глобалізації призвів до зміни парадигми менеджменту вздовж спіралі, яку можна описати за допомогою евфемізмів: “trade follows flags” (торгівля слідує за прапором) – “export follows experts” (експорт слідує за експертами) – “business follows knowledge” – (бізнес слідує зазнаннями) [7, с. 2-16; 8, с. 194-199].

Теорія міжнародного (багатонаціонального) менеджменту сьогодні – це, самостійна галузь знань, яка вимагає вдумливого освоєння в умовах глобалізації та появою нової галузі наукових досліджень – нейроекономіки та явищ, пов’язаних з нею. Вона повинна стати окремою дисципліною вивчення, а також міждисциплінарною областю наукових досліджень, яку правильніше за все вважати “управлінською думкою”, що сполучає у собі науку, досвід, “ноу-хау”, якість управлінського мистецтва.

Список використаних джерел

1. Levitt, T. The Globalization of Markets [Електронний ресурс] / Levitt T. // Harvard Business Report. – May-June, 1988. – PP. 92-102.
2. Горбань, Г. Процвітання чи пастка? Підводні камені світової глобалізації [Текст] / Горбань Г. // Синергія. – № 2 (6), 2003. – С. 59-62.
3. Шергін С. Сучасний вимір глобалізації: концепції і реальність [Текст] / Шергін С. // Світогляд. – № 4, 2008. – С. 26-33.
4. Cullen G.B. Multinational management: A Strategic Approach. – 2nd ed. – South-Western: Thomson Learning, 2002. – 664 p.
5. Литовченко, Б. Синергия теорий международного и стратегического менеджмента в условиях глобализации [Текст] / Литовченко Б. // Журнал европейской экономики. – Том 10(№ 1). – Март, 2011. – С. 110-121.
6. Grosse R., Kujawa D. International Business: theory and managerial applications. – 2nd ed.- Boston: IRWIN, 1992. – 733 p.
7. Burton F.N. Contemporary Trade. – (Industrial studies series) – Oxford: PhilipAllan, 1984. – 187 p.
8. Borderless Business: managing the far-flung enterprise / edited by Mann C.J. and Goetz K. – West port: Praeger publishers, 2006. – 358 p.

