

Смерека Л.В.

студентка,
Національний університет «Львівська політехніка»

Smereka Liliia

Lviv Polytechnic National University

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПОЛЬСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проаналізовано погляди зарубіжних та вітчизняних науковців на сутність економічної категорії «інтернаціоналізація», розглянуто динамічний вплив процесів інтернаціоналізації на багатоаспектний розвиток держав; досліджено основні форми прояву процесу інтернаціоналізації та напрями її реалізації. Ідентифіковано інтернаціоналізацію та показники, що використовуються для оцінювання її рівня. Проаналізовано рівень інтернаціоналізації вітчизняних і польських підприємств та динаміку процесів інтернаціоналізації в Республіці Польща та Україні. Охарактеризовано основні прояви діяльності українських підприємств на ринках поза країною базування і форми виходу польських підприємств на зовнішні ринки, а також систематизовано чотири групи мотивів до інтернаціоналізації польських підприємств. За результатами проведеного анкетування серед представників польських та українських підприємств ідентифіковано основні зовнішні та внутрішні бар'єри, які пов'язані з процесами інтернаціоналізації як українських, так і польських суб'єктів господарювання. З метою адаптації найкращого досвіду імплементації процесів інтернаціоналізації польськими підприємствами запропоновано низку рекомендацій щодо зменшення існуючих бар'єрів та підвищення рівня інтернаціоналізації для українських суб'єктів господарювання.

Ключові слова: інтернаціоналізація, інтернаціоналізаційні процеси, мотиви та бар'єри, зовнішньо-економічна діяльність, закордонні ринки.

Постановка проблеми. У сучасних умовах активізації динамічних глобалізаційних процесів рушійними силами ринкової економіки є принципи вільного підприємництва, зокрема незалежний вибір обсягів та ринків господарювання. Держави, для яких характерною є ринкова економіка, не обмежені у веденні бізнесу лише на вітчизняному ринку. Процес розширення діяльності підприємства за рахунок переходу від функціонування виключно на ринку країни базування до діяльності на закордонних ринках прийнято характеризувати як процес інтернаціоналізації підприємства. У розрізі цього актуальними для підприємства постають розуміння міжнародних потоків товарів чи послуг у вибраному секторі, питання способу здійснення своєї діяльності, а також створення механізму з розроблення ефективних заходів задля перспективної діяльності на закордонному ринку. Усе це можливе шляхом уніфікації чіткого розуміння здійснення процесів інтернаціоналізації та комплексного дослідження іноземного досвіду інтернаціоналізації суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В основі перманентного економічного розвитку будь-якої держави зростання її перспективності в рамках міжнародного співробітництва лежить залежність від сучасного рівня та динамічності світового ринку й активних інтеграційних процесів на світовому та

регіональному рівнях. Вихідною базою, що відіграє ключову роль у процесі вивчення теоретичних та практичних питань щодо вдосконалення механізму зовнішньоекономічної діяльності України, її характерних особливостей сьогодення та майбутніх перспектив, є інтернаціоналізація.

Упродовж останніх років дослідження теоретичних основ інтернаціоналізації знаходять місце у наукових працях вітчизняних та іноземних науковців, серед яких: А. Козьмінські, Б. Овіат, Е. Епштейн, П. МакДугал, С. Андерссон, Я. Вальне, Я. Йохансон, О. Гонта, І. Ситнік, О. Ткач, П. Ільчук та ін. Проте виявлено, що досі вітчизняні та зарубіжні науковці не мають єдиного погляду щодо трактування дефініції «інтернаціоналізація». Наприклад, Ервін Епштейн у своїй праці зазначає, що поняття економічних категорій «глобалізація» та «інтернаціоналізація» все частіше ототожнюються, характеризуючи зростання взаємозалежності суб'єктів господарювання всього світу [1, с. 936–940].

Поняття «глобалізація» увійшло в науковий обіг у 80-ті роки ХХ ст. для визначення комплексної характеристики взаємозв'язку між країнами та регіонами [2, с. 3]. В економічних джерелах прийнято висвітлювати глобалізацію як соціально-економічний процес, тоді як інтернаціоналізація є характерним способом реагування суб'єкта господарювання на глобалізацію. Схоже трактування пропонує науковець О.І. Гонта, у

роботі якого інтернаціоналізація є визначальним чинником глобалізації, тією рушійною силою, яка зумовлює глобалізаційні процеси [3, с. 157].

Як наслідок, і сьогодні відсутність єдиного тлумачення економічної категорії «інтернаціоналізація» є тим невирішеним елементом проблеми аналізування сутності та взаємозалежності глобалізації та інтернаціоналізації. Ідентифікування економічної категорії «інтернаціоналізація» та встановлення уніфікованого бачення трактування цього терміна зумовлюють чітке розмежування двох категорій та дадуть змогу забезпечити їх коректне використання під час дослідження та аналізу економічних явищ і процесів.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз існуючих поглядів науковців на дефініцію поняття «інтернаціоналізація»; детальна характеристика визначальних особливостей, напрямів інтернаціоналізації та оцінка її рівня. Окремим завданням є порівняльний аналіз рівня та динаміки інтернаціоналізації польських суб'єктів господарювання та вітчизняних підприємств на сучасному етапі розвитку, що дасть змогу зробити висновки та сформулювати майбутні перспективи щодо реалізації процесів інтернаціоналізації.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку глобалізації особливого значення набуває процес інтернаціоналізації підприємств, який зумовлює поглиблення міждержавного співробітництва та посилення взаємозалежності між країнами. Даний процес характеризується розширенням господарської діяльності за межі національних економік у формі багатосторонньої кооперації, що має на меті підвищення продуктивності та збільшення ефективності виробництва. Характерними особливостями для такої ринкової діяльності є ліквідація урядових бар'єрів, які перешкоджають руху товарів і чинників виробництва, перспективна активізація міжнародних організацій, що забезпечують процес лібералізації руху товарів і факторів виробництва. Розгортання господарської діяльності підприємства за межі територіального ринку базування безпосередньо характеризується його здатністю до інтернаціоналізації. Оскільки в більшості економічних джерел поняття інтернаціоналізації є тісно пов'язане з виходом суб'єктів господарювання на зовнішні ринки, доцільно висвітлити та систематизувати підходи зарубіжних вчених щодо трактування поняття «інтернаціоналізація» (табл. 1).

Беручи до уваги вищенаведені погляди як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, можна побачити, що трактування поняття «інтернаціоналізація» переважно характеризується як діяльність суб'єкта господарювання за рахунок переходу від функціонування виключно на вітчизняному ринку до діяльності на закордонних ринках, у тому числі й адаптація діяльності до існуючих ринкових умов та розроблення ефективних заходів присутності на цих ринках.

Динамічний вплив процесів інтернаціоналізації в умовах сьогодення зумовлює активізацію економічного, соціально-політичного та культурного розвитку всіх держав. При цьому основними формами прояву інтернаціоналізації, які забезпечують подальшу єдність світу, є: збільшення обсягів міжнародної торгівлі та інвестицій, активізація транснаціональних корпорацій та зростання їхнього впливу на економічні процеси у світовому господарстві, диверсифікація світових фінансових ринків та ринків робочої сили, підвищення рівня світової конкуренції.

Упродовж понад двох століть процеси інтернаціоналізації проявляються в різноманітних галузях виробничої та невиробничої сфер усіх світових держав. Серед напрямів інтернаціоналізації виділяють інтернаціоналізацію виробничих сил, виробництва, обміну (в розвитку міжнародних торговельних відносин), транспорту (у системі міжнародних транспортних систем), паливно-енергетичних комплексів, розподілу (капіталу, міграції робочої сили), споживання (сфера раціонального споживання виробленої продукції країнами-партнерами), інформаційних систем та управління (об'єднання зусиль суб'єктів міжнародної економіки з метою широкого використання досвіду управління економічними процесами на національному та інтернаціональному рівнях, наприклад створення програм міжнародного менеджменту) [9].

В умовах сьогодення інтернаціоналізація загальнонаціональних економік відбувається динамічно, із різною швидкістю в різних регіонах світу. Для оцінки рівня інтернаціоналізації використовуються показники, до яких належать відносні (експортна квота, частка імпорту в роздрібному товарообігу, показники обсягу зовнішньої торгівлі у відношенні до ВВП) й абсолютні (вартісний обсяг експорту товарів та послуг на душу населення, обсяг накопичених у країні інвестицій по відношенню до її ВВП, частка іноземного

Таблиця 1

Трактування зарубіжних науковців сутності поняття «інтернаціоналізація»

Автори	Трактування поняття «інтернаціоналізація»
А.К. Koźmiński [4]	За інтернаціоналізації масштаб діяльності охоплює декілька країн, а у разі глобалізації – весь світовий ринок.
J. Rymarczyk [5]	Будь-який вид діяльності, який здійснює організація за межами країни.
J. Johanson, J.-E. Vahlne [6]	Процес поступового збільшення міжнародної діяльності підприємства.
F. Lemos, J. Johanson J. Vahlne [7]	Процес внутрішньої адаптації підприємства до умов господарювання на міжнародних ринках.
K. Przybylska [8]	Процес перетворення вітчизняного підприємства на міжнародне, а форма цього процесу залежить від стратегії компанії.

капіталу в щорічних інвестиціях країни, частка іноземної робочої сили в загальній чисельності зайнятих або кількості зайнятої за кордоном вітчизняної робочої сили, розміри експорту та імпорту технологій та управлінських послуг) показники [10].

За період 2018–2019 рр. в Україні значна кількість вітчизняних суб'єктів господарювання активно долучилася до реалізації процесів інтернаціоналізації: 3% – частка таких підприємств із міжнародним капіталом; 8% – такі, що мають експортного посередника та 30% – частка малих та середніх підприємств у сумарному експорті України [11]. Зовнішньоторговельні операції (експорт товарів) проводилися з партнерами із 221 країни світу [12].

Сьогодні основні прояви діяльності вітчизняних підприємств на ринках поза країною базування – це: 1) експорт вітчизняного товару; 2) реєстрація іноземного представництва, філії за межами країни базування; 3) прямі інвестиції (акціонерний капітал).

Відповідно до географічної структури зовнішньої торгівлі України товарами та послугами, проаналізованої за 2014–2018 рр., вітчизняні суб'єкти господарювання зосереджують свою зовнішню діяльність із торгівлі товарами на ринках Азії, Європи та країн СНД, які передусім є територіально близькими до України. Що ж до експорту послуг, то лідируючими географічними ринками є ринки країн СНД та Європи.

Динаміку експорту товарів та послуг з України відображено на рис. 1.

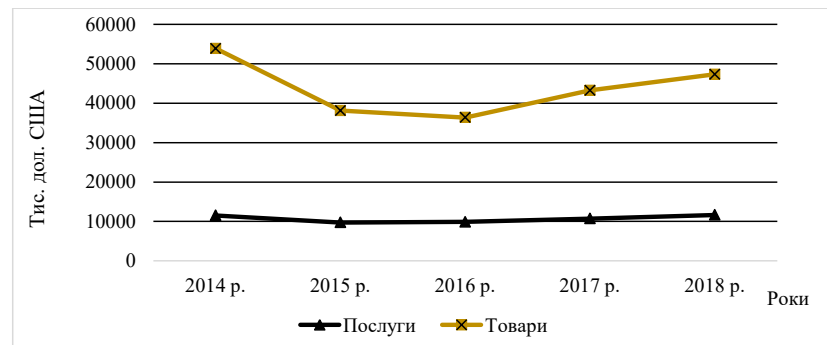


Рис. 1. Динаміка експорту товарів та послуг за 2014–2018 рр.

Джерело: побудовано на основі [11]

Як видно з рис. 1, протягом останніх п'яти років динаміка експорту послуг з України характеризується відносною стабільністю, адже спостерігається поступовий зріст у період 2016–2018 рр. Це характеризують і показники ланцюгових темпів приросту (табл. 2), які у цей період є значно вищими порівняно з попередніми роками, що свідчить про значну активність вітчизняних підприємств у розширенні своєї діяльності за межі територіального ринку країни базування. Що ж до динаміки експорту товарів з України, то варто відзначити різкий спад у 2015 р., який зумовлений украї складною соціально-економічною та політичною ситуацією в державі, зокрема негативним впливом на суб'єктів господарювання, спричиненим ескалацією військового конфлікту на Сході України. Позитивний внесок у динаміку експорту товарів спостерігається з 2017 р., причиною якого стало збільшення схильності економічних агентів до інвестиційних і довгострокових споживчих рішень.

Ще одним із напрямів функціонування вітчизняних підприємств на закордонних ринках є прямі інвестиції як джерело фінансування діяльності за межами України. Зведену інформацію про обсяг прямих інвестицій в економіці з України відображено на рис. 2.

Аналізуючи динаміку показників обсягу прямих інвестицій з України в економіку країн світу, можна стверджувати, що українські інвестори готові до розвитку та зацікавлені в налагодженні перспективної міжнародної кооперації.

Порівняно з Україною Республіка Польща є значно активнішим учасником процесів інтернаціоналізації,

а польські суб'єкти господарювання реалізують різноманітні види експансії їхньої діяльності. Форми виходу польських підприємств на зарубіжні ринки представлено в табл. 2 [8].

У ході проведення дослідження (2018 р.), у якому брали участь близько 50 польських підприємств, виявлено, що найбільша кількість суб'єктів господарювання здійснює прямий експорт (орієнтовно 51%), 26% підприємств займаються непрямим експортом і жодне з підприємств не використовує таку форму

Таблиця 2

Форми виходу польських підприємств на закордонні ринки у 2018 р.

Форми виходу на закордонні ринки	Залучення ресурсів	Ступінь контролю	Ступінь ризику
Прямі іноземні інвестиції – greenfield	Дуже значне	Повний	Дуже високий
Прямі іноземні інвестиції – злиття та поглинання	Значне	Значний	Дуже високий
Спільне підприємство	Помірне	Залежно від частки компанії	Залежно від частки компанії
Прямий експорт	Помірне	Помірний	Помірний
Непрямий експорт	Незначне	Низький	Низький
Ліцензування/франшиза	Дуже мале	Дуже низький	Дуже низький
Контракт «під ключ»	Дуже мале	Відсутній	Відсутній
Договір управління	Дуже мале	Відсутній	Відсутній

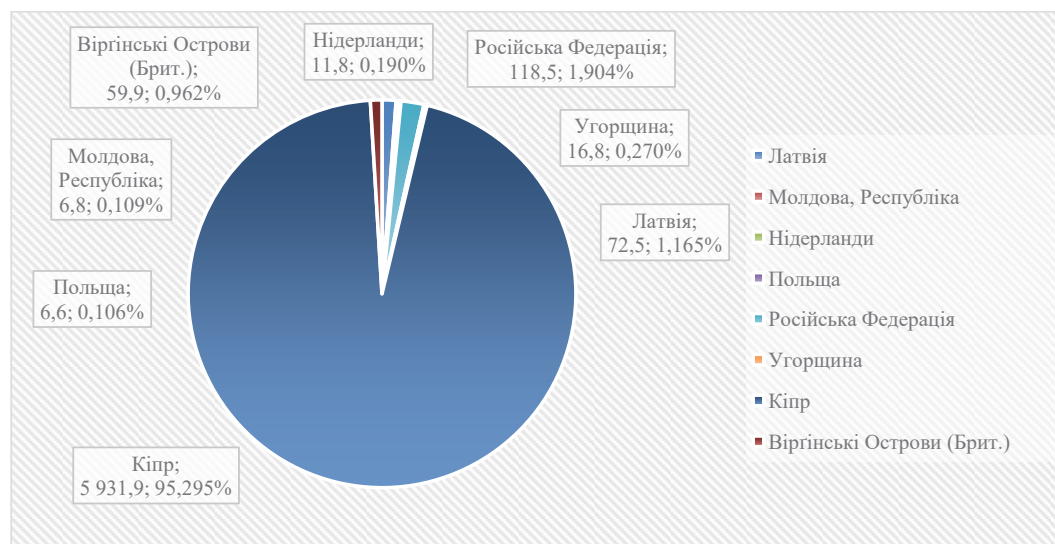


Рис. 2. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) з України: за країнами світу (станом на 31.12.2018)

Джерело: сформовано автором на основі [11]

виходу на іноземний ринок, як прямі іноземні інвестиції – greenfield (відбуваються у разі порівняно менших проектів і покладаються на побудову підприємства з нуля, включаючи підключення до існуючої інфраструктури) [8].

Звичайно, існує багато інших мотивів інтернаціоналізації компанії. Це може бути бажання завоювати зовнішні ринки, заповнювати нішу, виробляти нові товари та створювати конкуренцію на ринку. Хоча у кожної компанії ці мотиви абсолютно різні, всі вони мають одне спільне – розвиток. Будь-яка діяльність, пов'язана з інтернаціоналізацією, означає, що компанія буде так чи інакше розвиватися.

Доцільно виокремити чотири основні групи мотивів до інтернаціоналізації, якими керуються польські підприємства:

- ринкові мотиви – експансія підприємства, що передбачає збільшення масштабів географії діяльності; вихід на декілька зарубіжних ринків; здобуття ринкової частки та прихильності споживача;

- вартісні мотиви – зменшення витрат та бажання підвищувати прибутки: економія масштабу, менші витрати на робочу силу за кордоном, менші витрати на сировину тощо;

- постачальницькі мотиви, в основі яких лежить постачання імпортних факторів виробництва у разі їх відсутності в країні базування або ж установлені на них завищеної ціни: можливість доступу до сировини, зниження витрат на дослідження;

- політичні мотиви, що передбачають політику держави по відношенню до суб'єкта господарювання, в якій він функціонує, та країн, у яких прагне здійснювати діяльність: податкові пільги, надання кредитних гарантій, політична стабільність.

Окрему увагу доцільно приділити й існуючим бар'єрам, що чинять негативний вплив на можливості

та розвиток процесів інтернаціоналізації як в Республіці Польща, так і в Україні. Із цією метою було проведено дослідження, яке полягало в анкетуванні серед представників польських та українських підприємств за допомогою програми Google forms, на предмет виокремлення бар'єрів. Результати дослідження представлено на рис. 3.

Як видно з діаграм, представлених на рис. 3, вплив внутрішніх та зовнішніх бар'єрів на польські підприємства, які прагнуть виходити на нові зарубіжні ринки, рівний. Своєю чергою, на українські підприємства більший вплив чинять зовнішні бар'єри, ніж внутрішні. Це зумовлено доволі нестабільною соціально-економічною та політичною ситуацією в країні, низьким рівнем доступу підприємств до фінансових ресурсів, знань та технологій, невисоким ступенем підтримки з боку державних органів влади порівняно з Республікою Польща.

Зовнішні бар'єри до інтернаціоналізації як польських, так і українських суб'єктів господарювання варто звести у чотири групи: політичні (місцева політика, наслідки політичних процесів); комерційні (високий ризик неприйняття товарного асортименту споживачем на новому ринку, відсутність можливості оплати товарів, замовлених посередниками); фінансові (курсові різниці, напади спекулянтів) та правові (законодавча нестабільність, недосконалість в законотворчому процесі, існування правових обмежень). Розподіл часток впливу, що чинять зовнішні бар'єри на польські та українські підприємства під час реалізації стратегій інтернаціоналізації та експансії діяльності у цілому, представлено на рис. 4.

Відповідно до представлених результатів, відображених на рис. 4, найбільш впливовими зовнішніми бар'єрами для польських підприємств є фінансові, які триватимуть до тих пір, поки держава не увійде до

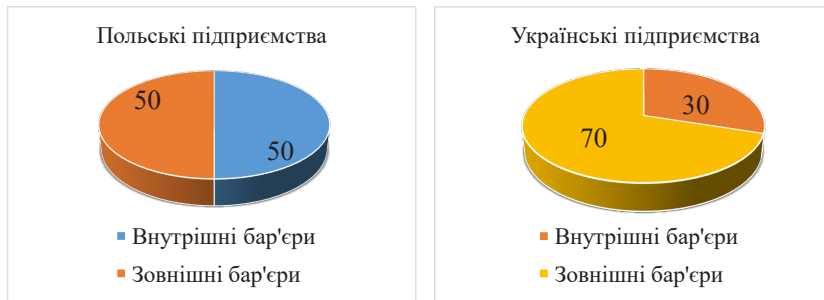


Рис. 3. Результати анкетування польських та українських підприємств

Джерело: сформовано автором

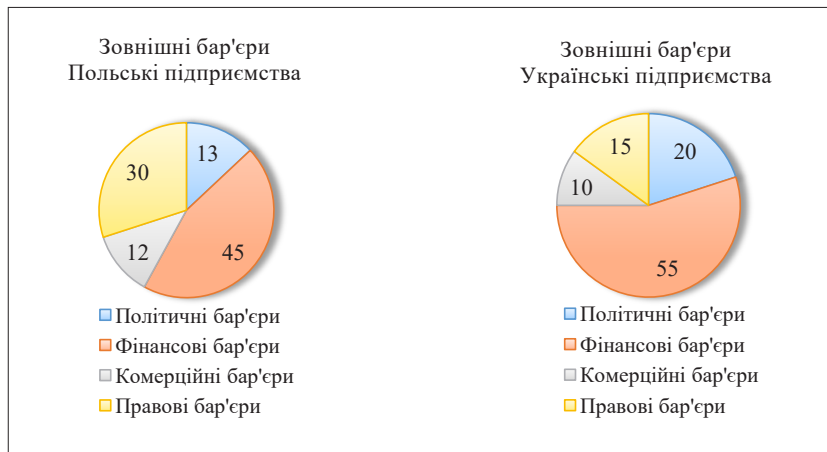


Рис. 4. Результати анкетування польських та українських підприємств

Джерело: сформовано автором

складу Валютного союзу і, відповідно, не проводитиме спільну монетарну політику. Щодо українських підприємств, то на них значний вплив чинять знову ж таки фінансові та політичні бар'єри, що зумовлено низкою чинників (нестабільна ситуація у державі, неоголошена війна на виснаження, наявність регуляторних і нерегуляторних бар'єрів тощо).

Що стосується внутрішніх бар'єрів, які сповільнюють розвиток процесів інтернаціоналізації, то, згідно з відповідями респондентів, варто виокремити такі, що є характерними як для польських, так і вітчизняних підприємств:

- страх виходу на новий ринок;
- відсутність досвіду, знань, компетентності персоналу;
- тип та специфіка організаційної культури компанії;
- фінансові можливості організації.

Порівнюючи сучасний рівень розвитку інтернаціоналізації польських та українських підприємств, видно, що, крім існуючих передумов та мотивів, які сприяють поглибленню процесів інтернаціоналізації підприємств, існує велика кількість бар'єрів як у

Польщі, так і в Україні. Ключовим чинником у ситуації, що принципово відрізняє вітчизняних суб'єктів господарювання від польських, є відсутність мотивації зростати, ставати лідерами локально і з часом виходити на міжнародні економічні ринки з конкурентною продукцією. Тому необхідним убагацьється прийняти до уваги найкращі практики реалізації інтернаціоналізаційних процесів польськими підприємствами, як наслідок, запропонувати низку рекомендацій, які посприяли б заангажуванню українських підприємств до активізації процесів інтернаціоналізації та її виведення на вищий рівень.

Висновки. У сучасних умовах розвитку економіки інтернаціоналізація є одним із системоутворюючих чинників світового господарства. Чітке розуміння процесу інтернаціоналізації є ключовим чинником у веденні успішної підприємницької діяльності за межами територіального ринку країни базування. Сьогодні в Україні існує низка чинників, що перешкоджають поглибленню інтернаціоналізаційних процесів на вітчизняних підприємствах, серед яких – високий рівень корупції, який безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість держави, що, своєю чергою,

зумовлює сповільнення припливу зарубіжних інвестицій, та відсутність безпечних умов щодо ведення бізнесу з боку державної влади.

Державні органи влади Республіки Польща всіляко сприяють активізації процесів інтернаціоналізації підприємств шляхом уніфікації даного процесу, проведення структурних реформ, надання суб'єктам господарювання доступу до технологій із метою отримання знань та розроблення інноваційних підходів. Такий досвід необхідно перейняти й органам державної влади України. При цьому варто доповнити цей перелік чинників для поглиблення міжнародної співпраці та виходу на зарубіжні ринки й спрощенням процедури проходження митного контролю та дозвільних процедур, полегшенням здійснення міжнародних платежів, поступовим процесом стабілізації макроекономічної ситуації, проведенням структурних реформ для вітчизняних підприємств, що зумовлять створення сприятливих умов для ведення бізнесу, полегшення виходу на нові економічні ринки, ефективного використання низки конкурентних переваг із метою виведення інтернаціоналізації України на вищий рівень.

Список літератури:

1. Epstein E.H. Globalization of Education, 2nd ed, Encyclopedia of Education, New York, USA, 2003. P. 3412.
2. Яковенко Р.В. Глобальна економіка : конспект лекцій. Кіровоград : КНТУ, 2014. 57 с.
3. Гонга О.І. Теоретичні підходи до регіоналізму в умовах глобалізації. Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сборник научных трудов. Донецк : ДонНУ, 2007. С. 154–160.
4. Koźmiński A.K. Globalizacja rynku a internacjonalizacja studiów menedżerskich. Internacjonalizacja studiów zarządzania—do wiadczenia, dylematy i perspektywy. Materiały konferencyjne, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 1995. S. 11.
5. Rymarczyk J., Szelaг T. Internacjonalizacja i globalizacja gospodarki polskiej. Polska, Wrocław, 2001. S. 18.
6. Johanson J., Vahlne J.E. The mechanism of foreign market entry. *Scandinavian International Business Review*. 1992. Vol. 1. № 3. P. 9–27.
7. Lemos F., Johanson J., Vahlne J. Risk management in the internationalization process of the firm: A note on the Uppsala model. *Journal of World Business*. 2011. Vol. 46. P. 143–153.
8. Przybylska K. Proces internacjonalizacji małych przedsiębiorstw w teorii sieci produkcyjnych. *Studia i Prace Wydziału Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych/Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie* 1, 2007. S. 127–139.
9. Поляков М.В. Особливості економіки знань та їх прояви на рівні світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2017. № 12(2). С. 98–102.
10. Паращук Д.М. Митно-тарифне регулювання експортно-імпортних операцій, 2017. С. 52.
11. Офіційний сайт Державної служби статистики : вебсайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 25.12.2019).
12. Як Україні стати третьою в Європі за рівнем інтернаціоналізації МСБ? *Аналітичний звіт центру EasyBusiness* : вебсайт. URL : https://www.slideshare.net/Easy_Business/ss-120836927 (дата звернення: 25.12.2019).

References:

1. Epstein E. H. (2003) Globalization of Education, 2nd ed, Encyclopedia of Education, New York, USA, p. 3412.
2. Yakovenko R. V. (2014) Hlobal'na ekonomika [Global economic]. Kirovohrad : KNTU, 57 p.
3. Honta, O. I. (2007). Teoretychni pidkhody do rehionalizmu v umovakh hlobalizatsii. Problemy razvytyia vneshneekonomycheskykh svyazey u pryvlecheniya ynostrannykh ynvestytsyj: rehyonal'nyj aspekt: sbornyk nauchnykh trudov. [Theoretical approaches to regionalism in the context of globalization. Problems of development of foreign economic relations and attraction of foreign investments: regional aspect: collection of scientific works.]. Donetsk: DonNU, pp. 154-160.
4. Kozminski, A. K. (1995). Globalizacja rynku a internacjonalizacja studiow menedżerskich. Internacjonalizacja studiow zarzadzania—do wiadczenia, dylematy i perspektywy [Market globalization and internationalization of managerial studies. Internationalization of management studies – experiences, dilemmas and perspectives]. Materiały konferencyjne, Wydawnictwo Uniwersytetu Lodzkiego, Lodz, p. 11.
5. Rymarczyk, J., & Szelaг, T. (2001). Internacjonalizacja i globalizacja gospodarki polskiej [Internationalization and globalization of the Polish economy]. Polska, Wrocław, p. 18.
6. Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1992). The mechanism of foreign market entry. *Scandinavian International Business Review*, vol. 1, no. 3, pp. 9–27.
7. F. Lemos, J. Johanson, J. Vahlne (2011) Risk management in the internationalization process of the firm: A note on the Uppsala model. *Journal of World Business*, vol. 46, pp. 143–153.
8. Przybylska, Krystyna (2007). «Proces internacjonalizacji małych przedsiębiorstw w teorii sieci produkcyjnych» [The internationalization process of small enterprises in the theory of production networks]. *Studia i Prace Wydziału Ekonomii i Stosunkow Międzynarodowych/Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie* 1: s. 127-139.
9. Poliakov, M. V. (2017) Osoblyvosti ekonomiky znan' ta ikh proiavy na rivni svitovoho hospodarstva [Features of the knowledge economy and their manifestations at the level of the world economy]. *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, no. 12 (2), pp. 98-102.
10. Paraschuk, D. M. (2017) Mytno-taryfne rehuliuвання eksportno-importnykh operatsij [Customs tariff regulation of export-import operations], p. 52.
11. Ofitsiynyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky [Official site of the State Statistics Service]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 25.12.2019).
12. Yak Ukraini staty tretioiu v Yevropi za rivnem internatsionalizatsii MSB? [How can Ukraine become third in Europe in terms of SME internationalization?] [Electronic resource]. *Analitychnyi zvit tsentru EasyBusiness*. Available at: https://www.slideshare.net/Easy_Business/ss-120836927 (accessed: 25.12.2019).

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПОЛЬСКИХ И УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье проанализированы взгляды зарубежных и отечественных ученых на сущность экономической категории «интернационализация», рассмотрено динамическое воздействие процессов интернационализации на многоаспектное развитие государств; исследованы основные формы проявления процесса интернационализации и направления ее реализации. Идентифицированы интернационализация и показатели, используемые для оценки ее уровня. Проанализированы уровень интернационализации отечественных и польских предприятий и динамика процессов интернационализации в Республике Польша и Украине. Охарактеризованы основные проявления деятельности украинских предприятий на рынках вне страны базирования и формы выхода польских предприятий на внешние рынки, а также систематизированы четыре группы мотивов интернационализации польских предприятий. По результатам проведенного анкетирования среди представителей польских и украинских предприятий идентифицированы основные внешние и внутренние барьеры, связанные с процессами интернационализации как украинских, так и польских субъектов хозяйствования. С целью адаптации лучшего опыта имплементации процессов интернационализации польскими предприятиями предложен ряд рекомендаций по уменьшению существующих барьеров и повышению уровня интернационализации для украинских субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: интернационализация, интернационализационные процессы, мотивы и барьеры, внешнеэкономическая деятельность, зарубежные рынки.

PECULIARITIES OF THE INTERNATIONALIZATION PROCESS OF POLISH AND UKRAINIAN ENTERPRISES

In today's dynamic conditions of active globalization processes, the key factors of a market economy are the principles of free enterprise, independent choice of volumes and markets of management. Market economies are not limited to pursuing economic activity only in the domestic market, but are making considerable efforts to enter foreign markets. The process of expansion of the enterprise's activity due to the transition from functioning solely in the market of the country of base to activity in foreign markets is usually characterized as a process of internationalization of the enterprise. It is under the influence of dynamic processes of internationalization at the present stage of development that the economic, socio-political and cultural development of all states occurs. The article analyzes the views of foreign and domestic scientists on the essence of the economic category "internationalization", discusses the dynamic impact of internationalization processes on the multidimensional development of states; main forms of manifestation of internationalization process and directions of its realization are investigated. Internationalization and indicators used to evaluate its level have been identified. The level of internationalization of domestic and Polish enterprises and the dynamics of internationalization processes in the Republic of Poland and Ukraine are analyzed. The main manifestations of the activity of Ukrainian enterprises on markets outside the country of origin and the form of entry of Polish enterprises into foreign markets are characterized, as well as four groups of motives for the internationalization of Polish enterprises are systematized. According to the results of the questionnaire, representatives of Polish and Ukrainian companies identified the main external and internal barriers that are related to the internationalization processes of both Ukrainian and Polish business entities. In order to adapt the best experience of implementation of internationalization processes, Polish companies have proposed a number of recommendations for reducing existing barriers and increasing the level of internationalization for Ukrainian business entities.

Key words: internationalization, internationalization processes, motives and barriers, foreign economic activity, foreign markets.