**Международный бизнес в условиях трансформации мирохозяйственных связей**

**2015**

**Содержание**

Введение

. Международный бизнес в условиях трансформации мирохозяйственных связей

.1 Международный бизнес: причины формирования и современные формы функционирования

.2 Роль и значение международного бизнеса в глобальной экономике

.3 Нормативно-правовое регулирование международного бизнеса

. Анализ развития международного бизнеса на современном этапе

.1 Сравнительная характеристика практики международного бизнеса по регионам

.2 Оценка роли интеграционного фактора в функционировании международного бизнеса

.3 Участие России в международном бизнесе

. Пути совершенствования международного бизнеса

.1 Проблемы развития международного бизнеса и пути их преодоления

.2 Новые горизонты развития международного бизнеса

Заключение

Список использованных источников

Приложения

**Введение**

**Актуальность проблемы исследования**. Глобализация международного бизнес-взаимодействия, интеграция и интернационализация международных бизнес-структур, а также необходимость непрерывного двустороннего участия бизнеса и государства в процессе выстраивания международных экономических отношений сформировали новые векторы структурной трансформации мировой экономики. На современном этапе развития мировой экономики вопросы влияния факторов, определяющих тенденции переформатирования международных экономических отношений в контексте совершенствования и повышения эффективности международного бизнеса, являются актуальными и заслуживают отдельного наблюдения и исследования. Особенно актуальной в условиях антироссийских санкций и обостренно усложнившейся ситуации в работе с европейскими и северо-американскими партнерами для ряда участников глобальной системы международного бизнеса стала тенденция переоценки и видоизменения поиска бизнес-контактов и построения международного диалога в развитии мирохозяйственных связей.

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

Важно также отметить тот факт, что современный мир развивается очень стремительно и не всегда предсказуемо: буквально на наших глазах длительная эпоха устойчивого экономического роста на основе стабильных тенденций и гарантированных доходов неожиданно сменяется чередой турбулентных событий, таких как финансовый и экономический кризис 2008-2009 гг. и последовавшая за ним эскалация долговых и бюджетных проблем ряда ведущих развитых стран. Сейчас невозможно с высокой степенью уверенности определить, насколько успешно будет развиваться и мировая экономика, и экономика отдельно взятых стран в ближайшем будущем.

На смену прежним надежным финансовым инструментам инвестирования, таким так государственные облигации и депозиты в ведущих коммерческих банках развитых стран, приходит осознание нового состояния мировой экономики, когда в одночасье можно потерять и на доходных правительственных обязательствах (именно так произошло с инвесторами в греческие облигации в 2012 г.), и лишиться части, а то и всех активов, переданных в управление крупнейшим национальным банкам (так произошло с вкладчиками в кипрские банки Laiki и Bank of Cyprus в марте 2013 г.). Промышленное производство уступает свой былой приоритет информационным технологиям, а ценообразование на важнейшие сырьевые товары становится настолько непредсказуемым, что на современных рынках нефти, газа, зерна и металлов можно как в одночасье сделать целое состояние, так и очень быстро разориться. Кроме того, происходит новое перераспределение сил между центрами экономической власти в мире: на смену долгому и уверенному лидерству США, Японии и стран Западной Европы во всех областях экономической и политической жизни планеты приходят новые игроки глобального уровня, которые пока еще обладают статусом развивающихся экономик (здесь в первую очередь следует назвать Китай).

Австралийский и канадский доллары, а перспективе и китайский юань постепенно теснят доллар и евро как наиболее стабильные в прошлом ключевые резервные валюты. Моментально, буквально в режиме онлайн с финансовой карты мира исчезают довольно крупные в недалеком прошлом офшорные финансовые центры (так произошло в 2008 г. с Исландией и в 2013 г. с Кипром), а глобальные инвесторы в условиях непредсказуемости цен на сырьевые активы, обесценения недвижимости, падения доходности­ на рынках ценных бумаг и деривативов, высокой волатильности валютных курсов оказываются в очень сложном положении относительно своих дальнейших рациональных действий.

Все это лишь подчеркивает, как непрост современный мир, как трудно в нем становится заниматься предпринимательской деятельностью.

**Степень разработанности проблемы.** Вопросы формирования и развития международного бизнеса и бизнес-взаимодействия в контексте развития мирохозяйственных связей и их роль в формировании новых структур международных экономических отношений в условиях глобализации изучаются в трудах Е.Ф. Авдокушина, Е.С. Акоповой, Е.Н. Александровой, А.Ю. Архипова, А.С. Булатова, Н.Г. Вовченко, Н.В. Воробьевой, Т.В. Ворониной, В.Ю. Воскресенского, И.Н. Ефременко, Т.В. Панасенковой, Е.П. Пузаковой, Е.В. Сапир, С.Н. Сильвестрова, П.В. Таранова, И.В. Шевченко.

Проблемам интернационализации и интеграции деловой активности предприятий посвящены труды зарубежных и отечественных авторов, таких как С. Андерссон, Л. Велч и Р. Люстарин, А. Либман, П. Мак-Дугалл, К. Норстрем, Б. Овиат, Б. Хейфец, А.В. Данильченко, А. Кузнецова.

В российской историографии есть заслуживающие внимания диссертационные работы, сосредоточенные на отдельных аспектах функционирования и развития международного бизнеса, в том числе с учетом таких факторов, как интернационализация, интеграция и глобализация мировой экономики и мирохозяйственных связей. Кроме того, большую ценность для настоящего исследования представляют учебное пособие под редакцией А.И. Погорлецкого и С.Ф. Сутырина, а также монография под редакцией И.В. Шевченко и О.В. Никулиной.

Несмотря на достаточно серьезный вклад в рассмотрение указанных проблем российскими и зарубежными учеными, необходимо отметить, что в вопросах развития международного бизнеса в современных условиях глобализации мировой экономики наметились изменения, не получившие в настоящее время должного отражения в научной литературе, что делает особенно актуальной необходимость углубленного анализа обозначенной проблематики и, соответственно, предопределило формирование цели и задач исследования.

**Объектом настоящего исследования** является международный бизнес на современном этапе развития общества.

**Предметом исследования** выступают проблемы международного бизнеса в условиях глобализации, наметившиеся тенденции и возможные перспективы развития международного бизнеса.

**Теоретико-методологическую основу исследования** составляют фундаментальные и прикладные исследования отечественных и зарубежных ученых в сфере интернационализации, интеграции и глобализации мировой экономики, и части исследования различных аспектов функционирования международного бизнеса; монографические и диссертационные исследования, научные публикации отечественных и зарубежных ученых по исследуемой теме, методические и аналитические разработки международных организаций.

**Целью выпускной квалификационной работы** является анализ специфики международного бизнеса и тенденций его развития в условиях глобализации мировой экономики и расширения мирохозяйственных связей.

Исходя из намеченной цели были определены следующие **исследовательские задачи:**

. выявить причины формирования и современные формы функционирования международного бизнеса;

. рассмотреть роль и значение международного бизнеса в глобальной экономике;

. изучить нормативно-правовое регулирование международного бизнеса;

. провести анализ практики международного бизнеса по регионам;

. проанализировать роль и значение интеграционного фактора в функционировании международного бизнеса;

. комплексно изучить различные аспекты участия России в международном бизнесе;

. выявить проблемы развития международного бизнеса и пути их преодоления;

. определить новые горизонты развития международного бизнеса.

**Положения, выносимые на защиту:**

. Современный этап развития международного бизнеса продуцирует поиск и обоснование концептуальных подходов и стратегического инструментария, позволяющего адекватно отвечать на современные вызовы и проблемы глобализирующеся мировой экономики. В связи с этим переход российских локальных территориальных экономических структур на новый уровень социально-экономического развития обусловливает реструктуризацию подходов в организации национального сектора международных бизнес-групп и международного бизнес-взаимодействия.

. Интеграция в международном бизнесе позволяет успешно и в полном объеме использовать потенции диверсификации, комбинирования, кооперирования.

. Современный период развития интегрированных корпоративных структур в российском бизнесе все еще сохраняет тенденции предыдущего развития, но при этом уже обладает рядом качественных особенностей. Причиной изменения тенденций стало переосмысление роли интегрированных бизнес-групп в перспективном развитии компании.

**Структура выпускной квалификационной работы** обусловлена его объектом, предметом, целью и задачами. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

**1. Международный бизнес в условиях трансформации мирохозяйственных связей**

**.1 Международный бизнес: причины формирования и современные формы функционирования**

международный бизнес глобальный экономика

Историческое и логическое возникновение международного бизнеса произошло в связи с развитием и расширением международного разделения труда, а также в связи с формированием мирового рынка. Международный бизнес - это взаимодействие организаций различных форм собственности или подразделений компании, которые находятся в разных государствах, цель которых получить доход именно за счет преимущественной выгоды международных операций в сфере деловых отношений.

Международный бизнес представляет собой предпринимательскую деятельность, которая связана с тем, что капитал используется в разных формах и преимуществах высокой деловой активности, а также существует для получения прибыли и распространяется на международную сферу экономики.

Международный бизнес включает в себя различные хозяйственные операции, которые осуществляются двумя-тремя и более государствами. Подобные деловые отношения могут происходить и между коммерческими организациями, и между государственными учреждениями.

Если в международном бизнесе участвуют коммерческие организации, то вся их деятельность направлена на получение дохода, в отличие от государственных учреждений, имеющих, как правило, совсем другие цели.

Если рассматривать международный бизнес с позиции международных отношений в сфере экономики, то это некая конфигурация субъектов межгосударственной экономической деятельности, которая направлена на получение взаимовыгодного сотрудничества.

Процесс международного развития бизнеса проявляется в особой форме взаимодействия между субъектами. Этот процесс обладает конкретной структурой, определенной техникой, а также положениями и нормами ведения, итогами и результатами, достигаемыми в ходе такого взаимодействия.

В качестве субъектов международного бизнеса выступают как самостоятельные личности, так и целые соцструктуры, которые обладают внутренними мотивами, интересами, целями и способностями к тому, чтобы реализовываться в какой-либо сфере международной экономической деятельности.

Основные признаки субъектов международного бизнеса - это обладание внутренними мотивами, целеустремленностью, волей и способностью продвигаться к своим важнейшим целям.

Под такие признаки субъектов международного бизнеса подходят некоторые лица, организации, транснациональные структуры, международные компании, союзы, объединения, страны.

Международный бизнес представляет собой торгово-инвестиционные операции, проводимые иностранными фирмами на территории другой страны, в том числе и между собой, с целью извлечения прибыли.

В.А. Ткачев, рассуждая о причинах формирования и развития международного бизнеса, считает целесообразным «…подразделить их на две группы.

) Причины, которые проявили неизбежность появления такого вида бизнеса.

ужесточение конкуренции на внутренних рынках, поскольку число предпринимателей увеличивается;

ограниченность национальных рынков по масштабам и объемам;

ограниченность всех ресурсов (природные, трудовые, финансовые, материальные);

несовершенство системы законодательной базы для частных предпринимателей;

различное социально-экономическое развитие стран.

) Причины определяющие возможности появления международного бизнеса:

развитие научно-технического прогресса, производственных связей;

формирование крупных компаний, банков, которые имеют существенные финансовые, производственные и другие ресурсы;

либерализация политики внешнеэкономических связей в странах мира».

Среди форм международного бизнеса, по мнению коллектива ученых под руководством А.И. Погорлецкого и С.Ф. Сутырина, - «логично будет выделить экспорт-импорт и зарубежные инвестиции. Экспортом называется продажа продукции, которая производится в одной стране, для дальнейшей переработки или перепродажи в других странах мира. Импорт - это покупка продукции, которая произведена в странах мира, с целью дальнейшей обработки или продажи на территории своего государства. Экспортно-импортные операции включают в себя торговлю товарами (сырье, одежда, и т.д.) и торговлю услугами (финансовые, транспортные).

Зарубежные инвестиции - это передача капитала субъектам одной страны, для использования в дальнейшем субъектами других стран мира. Эти инвестиции могут быть как прямыми иностранными инвестициями, так и портфельными. Прямые инвестиции вкладывают в капитал, чтобы в дальнейшем контролировать объекты инвестирования, активы, компании находящиеся в других странах».

В свою очередь профессор В.А. Черненко указывает на следующие «формы реализации международного бизнеса:

транснациональные компании (ТНК);

малое и среднее предпринимательство в сфере международного бизнеса;

совместные предприятия как международные фирмы;

виртуальные предприятия в сфере международного бизнеса;

свободные экономические зоны как форма ведения международного бизнеса;

стратегические альянсы в международном бизнесе».

Отдельно В.А. Черненко выделяет международный туристский бизнес и международный страховой рынок в международном бизнесе.

Что же касается этапов развития международного бизнеса, то здесь важно отметить следующее: американский исследователь Р. Робинсон предложил периодизацию, состоящую из пяти этапов:

**1.** Эра коммерции (1500 - 1850 гг.). Торговля колониальными товарами в Европе представляла собой мощную и влиятельную силу, предопределяющую более 300 лет развитие основного вида международного бизнеса. Такой бизнес, особенно в XVI-XVIII веках, являлся очень рискованным, так как был связан с опасными путешествиями по морю на далекие расстояния. Сильно стимулировала предпринимателей возможность получить доход во много раз, превышающий их затраты. Такой первый международный бизнес привлек не одно поколение торговцев. Одновременно с межгосударственной торговлей финансировались и страховались торговые путешествия, что явилось исторической точкой отсчета для развития бизнес услуг таких, как инвестирование и страхование. Мощно развивалась промышленность в Европе, начиная от судостроения, обработки металла и, заканчивая, переработкой зарубежного сырья.

В эре коммерции отличительные особенности международного бизнеса заключались в двух основных факторах.

Во-первых, это возможность государства влиять на деловые отношения между странами, которые приводят к эффективному ведению бизнеса межгосударственных компаний. Как пример можно привести Японию, которая в середине XVII века абсолютно самоизолировалась, а в России до правления Петра I ярким примером является запрещение и ограничение торговли зарубежными купцами.

Во-вторых, это оказываемая государственная поддержка своим предпринимателям в построении бизнеса вне границ страны.

**2.** Эра экспансии (1850-1914 гг.). В то время, когда Европа мощно индустриально развивалась, колониальные империи окончательно оформились и структурировались. Всё это, а также объемное индустриальное производство заставило повернуться цивилизованные государства от торговли зарубежными товарами к добыче сырья и другим перспективным, в плане экономики, отраслям международного бизнеса.

Для того чтобы развивать индустриальное производство сырья, необходимы инвестиции в эту отрасль. Параллельно происходил рост колониального управления государством.

В Европе интенсивно происходило развитие международного бизнеса, инициированное революцией в сфере промышленности и эрой массового производства. Появились государства, производящие промышленные товары и государства, торгующие этими товарами. Такое межгосударственное разделение труда было связано с разностью темпов развития стран Европы, с различием наличия тех или иных природных ресурсов, с разным уровнем образования европейского населения и другими факторами.

В результате предприятия и их филиалы в сфере производства активно развивались в зарубежных странах. Происходило развитие международного транспорта и финансовых услуг. Так, например, в России в 1879 году был открыт филиал банка Credit Lyonnais.

Развитие международного бизнеса в эре экспансии явилось точным отражением всех основных мотивов его существования, которые актуальны и в современное время. Это возможности:

использовать максимально эффективные ресурсы такие, как природные, сырьевые, энергетические;

расширить рынки сбыта;

использование свободных финансовых средств;

выгодно использовать возможности законодательства другой страны, в частности налогового и таможенного.

**3.** Эра концессий (1914-1945 гг.). Этот период характеризуется изменением роли самых крупных фирм, которые оперировали на колониальной торговле. Такие крупнейшие фирмы-концессионеры становились независимыми экономическими микрогосударствами, которые осуществляли множество функций таких, как торговые, производственные, медицинские, транспортные, образовательные и даже полицейские. Перечисленные функции часто осуществлялись не только на территории проживания работников, но и на территориях соседних районов.

Можно выделить определенные периоды в отношениях международного бизнеса в неколониальной области. Период Первой мировой войны, итогом которой стало поражение Германии, приводящее к переделу мирового рынка; и период Великой депрессии 1929-1932 годов, который заострил вопрос эффективности развития международного бизнеса, используя интернационализацию человеческих ресурсов.

**4.** Эра национальных государств (1945-1970 гг.). Анализируя эту эру, можно выделить два основных направления развития международного бизнеса. Первое - это положительное направление становления и мощного развития новых стран, которые получили в наследство от эры концессий довольно развитую экономическую базу, кадровую структуру и технологическое устройство. Второе - отрицательное направление получения недостатков колониального развития хозяйства, начиная от использования только одного продукта до серьезных финансовых потерь.

Но, даже при каких-то отрицательных моментах, произошел мощный взрыв развития международного бизнеса. Колониальные страны, которые были закрыты для внешней деятельности, очень быстро стали самостоятельными на международных рынках и активно ищущими рынки сбыта своих национальных продуктов, а также объекты для инвестирования. Вырос спрос на финансовый сервис, подтолкнувший к развитию международного капитала, к появлению новаторских финансовых инструментов, к росту международной сферы аудита и услугам консалтинга. Первыми, кто осуществил мультинациональный бизнес, стали крупные корпорации США, пользовавшиеся преимуществами своей страны в послевоенное время. Именно в это время произошло мощное международное развитие бизнеса, когда во всем мире перестают существовать закрытые структуры. Международный бизнес выходит на новый качественный уровень развития, нуждаясь при этом в таком же новом и качественном управлении. Чем больше расширяется бизнес по миру, тем эффективнее бизнес, а системы управления иностранными операциями и деятельностью в сфере экономики необходимо заменить на международный менеджмент.

**5.** Эра глобализации (начиная с 70-х гг. XX века). Период мощного мирового прогресса и развития международного бизнеса является революционным в сфере технологических изменений, а следом и экономических, политических, социальных.

Глобализация заключается в том, что экономические международные связи охватили почти все государства мира, и каждая из этих стран в той или иной степени зависит от международного бизнеса.

Последствия могут быть разные: казалось бы, государство пользуется всеми положительными моментами международного бизнеса при этом не испытывает последствий отрицательного характера в отсутствии каких-либо возможностей или ресурсов. Но есть и другая сторона: государство становится зависимым от мирового рынка и, соответственно, несет определенные риски, например, в полном объеме это прочувствовала Россия в кризис 1998 года.

На глобализацию действуют как движущие, так и тормозящие факторы.

К движущим факторам относят:

оптимальное распределение сырья и энергетических ресурсов в мире;

природные и экономические отличия стран, которые влияют на разделение труда, специализацию стран и способствуют их развитию;

развитие транспортных связей и коммуникаций;

открытость рынков и международных отношений;

быстрое развитие НТП и размещение инноваций на рынках;

совместная деятельность государств в экологической сфере.

К тормозящим факторам относят:

разные социально экономические системы в разных странах;

динамика обменных курсов валют;

возникновение конфликтов;

разногласия в идеологии;

ограничения основанные на религии.

Среди мотивов, которые способствовали существованию международного бизнеса, отметим следующие:

эффективное использование ресурсов различных видов;

расширение рынков сбыта;

вложение свободных финансовых ресурсов;

возможность использования местной законодательной базы.

В литературе можно встретить различные подходы к определению глобализации. В частности, широкое распространение получила трактовка, предложенная в 1998 г. МВФ. В соответствии с этим подходом, под глобализацией понимается «растущая экономическая взаимозависимость стран всего мира в результате возрастания объема и разнообразия международных сделок с товарами, услугами и мировым потоком капитала, а также благодаря все более быстрой и широкой диффузии технологий».

Глобализация является современным этапом более общего по своему характеру процесса интернационализации. Их объединяет регулярный характер и хозяйственная значимость внешнеэкономических связей. Самое главное различие заключается в экономико-географическом измерении. Если процесс интернационализации вполне мыслим, например, в рамках Западной Европы или Юго-Восточной Азии, то глобализация, по определению, не может ограничиваться отдельно взятым регионом, каким бы значимым он ни был для развития мировой экономики. Несмотря на то, что о развитии процесса глобализации говорят и пишут уже на протяжении четверти века, он еще весьма далек от своего завершения. Мир отнюдь не является еще единым экономическим пространством. И это находит свое отражение в деятельности бизнес-структур. В частности, по данным ЮНКТАД (Конференция ООН по торговле и развитию), в ведущих странах - членах ОЭСР и даже в некоторых из малых стран, входящих в этой организацию, большинство компаний по-прежнему производят большую часть впускаемой ими продукции в пределах своих национальных границ. Менее дюжины крупнейших ТНК, входящих в список Fotune Global 500, являются «глобальными» в строгом смысле этого слова, т.е. осуществляют более 20% своих продаж в каждом из трех ведущих экономических регионов мира - Северной Америке, Западной Европе и Восточной Азии. Большинство компаний из этих регионов выпускают свою продукцию, используя преимущественно отечественную промышленную базу. В том случае, когда они поставляют продукцию за рубеж или же осуществляют прямые зарубежные инвестиции, происходит, как правило, их выход на рынки, расположенные в относительной близости от национальных границ страны базирования компании.

**1.2 Роль и значение международного бизнеса в глобальной экономике**

Прежде всего, в рамках данного параграфа дипломного исследования, считаем целесообразным обратить внимание на факторы развития международного бизнеса в условиях глобализации, которые во многом и обуславливают место и роль международного бизнеса в системе мирохозяйственных связей и международных экономических отношений в эпоху глобализации.

Итак, можно с уверенностью утверждать, что в период глобализации в международном бизнесе появляются новые признаки, характерные для современного времени. Интеграция экономики государства в экономику мира наделяет международный бизнес определенными чертами:

**1.** Доступность и всеобщность.Международный бизнес подчиняется законодательству государств и открывает возможность деловой активности для любой компании каждого государства, изменив при этом стратегию и тактику перспектив таких фирм. Несомненно, есть и ограничения.

**2.** Ступенчатость развития.Когда компания принимает решение вступить в международный бизнес, то начинает она с простой формы иностранной торговли, но развиваясь, велика возможность достичь наивысшей формы, которая носит название мультинациональная корпорация.

Это не просто накапливание опыта и потенциала, действия компании на международном рынке заставят преодолевать определенные препятствия, начиная от повышения качества товаров, рациональности издержек фирмы, до вопросов развития дистрибуции, грамотного использования капитала и рабочей силы, эффективной работы с сетями транспорта и т.п.

Конечно, ступенчатость существовала и до глобализации, но в условиях современности прослеживается совершенно новый технологический базис.

**3.** Технологическая глобализация.Компьютеризация, телекоммуникация и информатизация, существенно изменили черты международного бизнеса. Выделим некоторые из них: эффективность осуществления, находясь в офисе компании; осуществление в режиме реального времени; охват различных бизнес рынков товаров, работ, услуг, рабочей силы, капиталов, информации и т.п., за счет телекоммуникаций.

**4.** Финансиаризация. Этот термин Ж.-П. Серван-Шрайбера подчеркивает одну из важных черт международного бизнеса - финансовую составляющую международных деловых отношений, включая замысел и конечный результат, а также является стержнем международного бизнеса, неким центром с вращающимися вокруг него интересами, решениями, стратегиями.

До периода глобализации доход так же являлся главной целью международного бизнеса, но в новом периоде использования и поиска международным бизнесом определенных преимуществ, рассчитывают на новый финансовый инструмент, дающий огромные возможности на мировом финансовом рынке. Возможности компьютеризации и телекоммуникаций уникальны и велики, а потому финансиаризация рассматривается как мерило международного бизнеса.

**5.** Сложное взаимодействие национального и интернационального. Очень много споров возникает у исследователей и практиков по вопросу международного бизнеса о воздействии на деловые мировые отношения процессов конвергенции и дивергенции в отрасли национальной культуры.

Среди основных черт международного бизнеса, которые, по нашему мнению, и наделяют его особой спецификой и ролью в деле развития мировой экономики и расширении мирохозяйственных связей, можно выделить следующие:

**1.** При эффективном ведении деловых операций получать доход в международном бизнесе возможно при расширении своих возможностей за пределы границ государства.

**2.** Использование предпринимателями дополнительных экономических возможностей, которые вытекают из ресурсной специфики заграничных рынков, особенностей права иностранных государств, своеобразия политико-экономических отношений, которые регулируются определенными видами взаимодействия на межгосударственном уровне.

**3.** Международный бизнес является вариантным и зависит от степени интернационализации. Стержень развития международного бизнеса включил в себя периоды определенного роста степени интернационализации, начиная от однократных поставок на заграничный рынок и, заканчивая цивилизованной структурой транснациональных компаний, для которой мировой сферой, охватывающей множество государств и рынков, является производство и дистрибуция.

**4.** В связи с интернационализацией для различного вида бизнеса максимально доступен мировой бизнес-сервис, который не зависит от того какому государству принадлежит и ориентирован на активность в сфере экономики, а также на эффективность различных услуг: высоконаучные, финансовые, транспортные, услуги подбора интернационального коллектива, позволяющего по максимуму реализовывать бизнес возможности.

**5.** Необходимо учитывать в построении бизнеса культурный фактор, а именно те требования и ограничения культуры определенного государства, накладываемые на контрагента бизнеса. Острота проблемы состоит в том, что часто культура государства базирования компании сильно отличается от культуры государства, в котором компания пребывает.

**6.** Международный бизнес несет за собой глобальный охват мировой системы обмена информации, мирового финансового рынка, объемную конструкцию новаторских технологий и т.п. Происходит движение от одного уровня интернационализации к другому и, соответственно, путем глобализации возрастает эффективное ведение бизнеса.

**7.** Международный бизнес представляет собой совокупность профессиональных знаний и умений гораздо более высокой степени, чем те, что имеются в бизнесе страны.

**8.** Международный бизнес впитывает в себя все самое лучшее из всей мировой практики.

**9.** Самым важным ресурсом международного бизнеса выступает информация, а самым важным оружием - адаптация.

**10.** Важным отличием международного бизнеса от национального бизнеса является тот факт, что негативные направления в экономике государства или в определенной отрасли экономики могут помочь показать для компании новые бизнес возможности.

**11.** Внутри государства велика конкуренция, и помощь государства четко не видна, тогда как в международном бизнесе можно почувствовать поддержку своей страны при борьбе с конкурентами.

Анализируя роль и значение международного бизнеса в современной экономике, нельзя не охватить вниманием участие транснациональных компаний (ТНК) в глобализации. По мнению В.А. Черненко, с которым трудно не согласиться, - «деятельность ТНК в мировой экономике считается главной движущей силой этого процесса. Развитие глобализации в последние два десятилетия создало большие возможности для интенсификации деятельности ТНК, а также укрепления их значения в формирующемся мировом хозяйстве, в стремлении как можно быстрому поиску и использованию информации о мировом рынке, к конкурированию все более лучшими продуктами, технологиями производства, организации и управления. ТНК преуспели в создании и применении новых технологий. В настоящее время ТНК являются не только наиболее значительными предприятиями, формирующими мировую экономику, а также частично участниками развивающейся «новой экономики» благодаря использованию новейших достижений НТП в своей деятельности. Включение корпораций в ход технологических, экономических, управленческих и организационных перемен, которые связаны с формированием мировой экономики, существенно укрепляют позиции ТНК в мировом хозяйстве».

О растущем значении ТНК в мировой экономике может свидетельствовать тот факт, что 500 фирм с наибольшими доходами увеличили собственную капитализацию почти троекратно в 1991-2001 гг., в то время как мировой ВНП увеличился в 1, 5 раза.

О возрастании роли ТНК в современной мировой экономике свидетельствуют данные, касающиеся участия этих субъектов мирового рынка в международном движении товаров, капитала и технологии. По оценкам специалистов, с участием ТНК реализуются до 80% сделок международной торговли, при которым корпорации выступают как одна сторона сделки либо две (имеется в виду внутрикорпоративные обмены между отделами, расположенными в разных странах).

На внутрикорпоративную торговлю приходится не менее 35-36% стоимости мирового товарообмена, причем половина приходится на комплектующие (материалы, запасные части и т.п.).

В случае современных промышленных производств процент внутрикорпоративных поставок исключительно высок, что обусловлено высокой степенью специализации и концентрации ТНК, а также использованием передовых технологических схем.

Развитые страны и их компании (главным образом ТНК) совокупно тратят на проведение научных исследований до 85% от всех подобных статей затрат в мире. Среди 22 субъектов, имеющих наибольшее инвестиционные затраты на научные исследования, прежде всего в области новых технологий, только первые пять мест занимают государства - США, Япония, Германия, Франция, Великобритания. Далее в этом списке следуют ТНК, среди которых лидируют автомобильные компании - гиганты (General Motors, Ford, Daimler Chrysler, Toyota), а также электротехнические компании (Siemens, IBM, Matsushita).

**.3 Нормативно-правовое регулирование международного бизнеса**

В последние десятилетия в подавляющем большинстве развитых стран создан либеральный режим национального регулирования международного бизнеса. В.А. Михалкин определяет национальное регулирование международного бизнеса следующим образом: «…система мер, сочетающих прямое законодательное регулирование деятельности международного бизнеса в пределах данного государства с рычагами таможенной, инвестиционной, налоговой, валютной и антимонопольной политики, призванными защитить и улучшить структуру внутреннего рынка».

Особую роль играют специальные экономические зоны (СЭЗ). В настоящее время в мире их насчитывается уже несколько тысяч, причем они действуют более чем в 110 странах. Разные задачи создания СЭЗ и влияние специфических национальных экономических и политических условий обуславливают широкий спектр режимов регулирования международного бизнеса. Существуют разные типологии СЭЗ, но обычно выделяют следующие группы:

зоны свободной торговли (торгово-складские, свободные таможенные, свободные беспошлинные, транзитные зоны, свободные порты, свободные склады и т.п.);

промышленно-производственные зоны (по замещению импорта или стимулированию экспорта, нередко поощряются оба направления);

технико-внедренческие зоны (технопарки, технополисы, научные парки, инновационные центры и др.

сервисные зоны (зоны обработки информации, рекреационные зоны и, конечно, знаменитые офшоры, т.е. зоны финансовых услуг);

комплексные СЭЗ (зоны свободного предпринимательства).

Первые СЭЗ были созданы в США и Европе. Следует отметить малые государства и зависимые территории, ставшие оффшорными центрами. Наибольшее их число в Карибском регионе и Океании, но есть они и в Европе (например, Андорра, Гибралтар), Азии и Африке. Один из самых известных офшоров - Бермудские острова, где объем накопленных прямых иностранных инвестиций (ПИИ) больше, чем в Японии. Офшорная зона - территория государства или её часть, в пределах которой для компаний-нерезидентов действует особый льготный режим регистрации, лицензирования и налогообложения, как правило, при условии, что их предпринимательская деятельность осуществляется вне пределов этого государства. Для обозначения офшорных зон используется также термин «налоговый рай».

Важно также заметить, что существуют и различные виды межгосударственного регулирования международного бизнеса. Коллектив авторов учебного пособия под руководством В.К. Поспелова, считает, что «Можно выделить три уровня действия инструментов межгосударственного регулирования: глобальный, региональный и двусторонний.

Глобальный уровень представлен прежде всего договорами и соглашениями, заключенными в рамках международных экономических организаций (МВФ, ВТО, ОЭСР и т.д.), и отдельными международными конвенциями. Международная конвенция - международный договор на уровне правительств стран, устанавливающий взаимные права и обязанности государств, ратифицировавших его. В области регулирования международного бизнеса к числу наиболее известных относятся Парижская конвенция об охране промышленной собственности и Нью-Йоркская конвенция о признании и исполнении решений зарубежных арбитражных судов.

Региональные инструменты регулирования международного бизнеса - кодексы, договоры, соглашения и декларации, принятые странами - членами региональной интеграционной группировки (например, ЕС) для либерализации внешнеэкономической деятельности внутри данного объединения государств. Часто содержат протекционистские меры в отношении фирм третьих стран…».

Наибольшее позитивное влияние на деятельность международного бизнеса оказывают меры, устраняющие барьеры для движения товаров, услуг и капитала внутри интеграционной группировки, а также решения, нацеленные на сближение стандартов, введение единых правил патентования и лицензирования и т.д.

К числу важнейших двусторонних инструментов регулирования международного бизнеса относятся соглашения о ликвидации двойного налогообложения и инвестиционные соглашения. Ликвидация двойного налогообложения оказывает влияние на все виды международного бизнеса, тогда как межгосударственные инвестиционные соглашения затрагивают преимущественно интересы компаний, осуществляющих прямые капиталовложения. Однако в последнее время инвестиционные соглашения заключаются все чаще одновременно с торговыми и другими внешнеэкономическими договорами (часто в одном пакете).

В современной экономике существует такое явление, как двойное налогообложение - то есть взимание с одного и того же дохода идентичного налога в разных странах. Обычно применяется к прибыли иностранного участника в совместном предприятии при ее переводе за границу. Для защиты от двойного налогообложения заключаются межправительственные соглашения, принимаются нормативные акты и законы.

В свою очередь, соглашение об иностранных инвестициях - международное соглашение (двустороннее или многостороннее) по гарантированию зарубежных капиталовложений (обычно только прямых) и содействию их привлечения в национальную экономику.

Имеет смысл отметить, что в большинстве стран запрещено антимонопольными законами создание картелей, что сказывается на том, что авторы, проповедующие легальные формы ведения бизнеса, картельные соглашения стараются не рассматривать.

С.В. Голованова в своей работе приходит к следующему выводу: «…можно с уверенностью констатировать тот факт, что в последние годы все больше и больше российских компаний начинают участвовать во внешнеэкономических связях. Устойчивый рост отечественной экономики на фоне продолжающейся глобализации мирового хозяйства создает базу для появления российских ТНК-компаний, которые не только вовлечены в торговлю с иностранными партнерами, но и осуществляют за рубежом прямые инвестиции.

Пока основная часть заграничных капиталовложений приходится на дюжину гигантов российской промышленности и сферы услуг - ЛУКойл, Газпром, Норильский никель, Русский алюминий, Сов-комфлот, Северсталь, Внешторгбанк, Зарубежнефть, МТС, ЕЭС России, Вымпелком и Новошип. В то же время немало менее крупных отечественных предприятий всерьез рассматривают планы интернационализации своей деятельности. Уже через 10 лет значительное число российских фирм будет иметь вполне легальные прямые инвестиции за рубежом - прежде всего в странах СНГ и Евросоюза, но также и в других регионах мира».

В этой связи для менеджеров российских компаний актуальным становится знание не только отечественных условий предпринимательства, но и отличающейся заграничной специфики регулирования международного бизнеса. Отметим, что особенности национального регулирования за рубежом весьма разнообразны и подвержены постоянным изменениям.

До середины 1970-х годов, американские компании зачастую платили взятки за рубежом, воспринимая данные расходы как естественную характеристику коммерческой деятельности в странах третьего мира. Эта практика, возможно, и продолжалась бы дальше, если бы в 1975 году не случился Скандал Уотергейт, который показал уровень внутренней коррупции в США. В результате расследования, законодатели осознали масштабы распространения коррупции в международном бизнесе. Поскольку это случилось в период холодной войны, США опасались, что данный фактор может весьма пагубно сказаться на развитии капиталистических отношений.

Данные обстоятельства послужили основой принятия Конгрессом в 1977 году Закона о коррупционных действиях за границей («FCPA» или «Закон»). За следующие 25 лет этот Закон испытал несколько поправок, но одна вещь оставалась явной: Департамент юстиции («DOJ») и Комиссия по ценным бумагам и биржам («SEC»), которые занимаются правоприменением закона, практически не осуществляли охранительные функции.

Внезапно, уже в начале нового тысячелетия, количество дел, возбужденных DOJ по вопросу нарушений FCPA, намного увеличилось. За первые 25 лет существования Закона американское государство возбудило всего лишь 46 дел. С 2002 до 2006 года открылись дополнительные 23 дела. В период 2007-2012 годов было возбуждено еще 134 новых дела.

Изначально, почти все дела фокусировались на юридических лицах, исключая осуждение физических лиц. Несмотря на это, в ближайшие несколько лет появилась новая тенденция. Регулирующие органы начали возбуждать больше дел против физических лиц, которые руководили нарушающими Закон компаниями. В результате FCPA превратился в регулирующий молот, влияющий на все грани международного предпринимательства.

После того как сфера правоприменения стала расширяться, многие предприниматели стали критиковать FCPA, говоря, что он слишком неясный и является механизмом угрозы для американского государства корпорациям. В ответ на эти утверждения DOJ и SEC в ноябре 2012 года создали Документ разъясняющий Закон. Эта публикация объясняет, как эти вышеуказанные агентства собираются интерпретировать FCPA, и теоретически Документ должен сделать осуществление Закона более предсказуемым. В нем поясняются многие затруднительные характеристики FCPA. Он также показывает примеры соблюдения Закона, которые компании могут использовать, чтобы избежать ответственности за потенциальные нарушения.

Несмотря на то что Документ не выставляет никаких четко определенных правил, он действует в качестве «аккумулированной мудрости» десятилетия активного правоохранения. Несмотря на то что этот Документ не действует как официальный закон, безусловно, он станет огромным фактором в его осуществлении.

В Законе существуют две разных основы для нарушений: антикоррупционные положения и бухгалтерские положения. Бухгалтерские положения заставляют компании вести точные записи, внедрять некоторые способы защиты против внутренних нарушений, и запрещают фальсификацию этих записей. Служащие компаний могут считаться лично ответственными за нарушения. Следует добавить, что Закон запрещает дачу взяток и напрямую, и косвенно. То есть, нельзя обойти Закон, используя посредника.

И.Г. Златкин в своей работе весьма справедливо, на наш взгляд, замечает, что «Чем больше та или иная компания связана с темой антикоррупционного расследования, тем больше теряется престиж компании. Даже если обвинения не имеют оснований, сам факт, что публичной огласки, уже создает потери для такой компании. Соответственно, организации, обвиняемые в нарушении Закона, предпочитают закончить спор с государством быстрее. Они соглашаются на любое наказание, которое им предлагают DOJ и SEC, и поэтому можно сказать, что эти департаменты выполняют полномочия судебных органов».

В Законе также есть несколько возможностей защиты от наказания, но это вряд ли поможет компаниям, заинтересованным в продвижении товара, работ, услуг и т.п., посредством коммерческого подкупа. К примеру - это защита, основанная на законности действий под местным законом. Это значит, что потенциальный нарушитель может избежать ответственности, если его действия соответствовали существующему, формальному местному закону. Но на практике такая модель порочна уже с самого начала исполнения. Защита успешна только тогда, когда существует формальный закон, позволяющий платеж именно такого типа. Даже если взятки воспринимаются самой натуральной частью бизнеса в конкретной стране, невероятно, что эта страна формально допускает взяточничество чиновникам в обмен за неформальную помощь.

**2. Анализ развития международного бизнеса на современном этапе**

**.1 Сравнительная характеристика практики международного бизнеса по регионам**

В процессе интернационализации в последнее время все более активно начинают участвовать компании из стран с развивающимися рынками, бросающие вызов традиционным лидерам из США, Японии и Западной Европы. Определенное представление об изменении расстановки сил в этой области позволяет составить табл. 1.

**Таблица 1. Представительство компаний из отдельных стран в Fortune Global 500 в 2005, 2008, 2012 гг.**



Как видно из приведенных выше данных, особенно впечатляющим выглядит усиление позиций крупных хозяйствующих субъектов из КНР. Отдельно отметим, что в 2009 г. китайская компания Sinopec впервые вошла в первую десятку Fortune Global 500, заняв там девятое место. В 2010 г. она переместилась в этом списке на 7-е место, а 8-е и 10-е заняли ее «земляки» State Grid и China National Petroleum. В 2011-2012 гг. Sinopec, China National Petroleum и State Grid находились соответственно на 5-й, 6-й и 7-й позициях указанного рейтинга.

В 2015 году только 5 российских компаний вошли в ежегодный рейтинг крупнейших мировых корпораций по объему годовой выручки Fortune Global 500, составляемый американским журналом Fortune.

Их число сократилось с 8 в 2014 году и оказалось минимальным с мирового финансового кризиса 2008 года.

В список Fortune попали «Газпром», отступивший с 17-й на 26-ю позицию, «Лукойл», сохранивший 43-е место, «Роснефть», перешедшая с 46-й на 51-ю строчку. При этом оба российских банка, включенных в рейтинг, в 2015 году улучшили показатели: Сбербанк поднялся со 186-го места на 177-е, ВТБ - с 443-го до 404-го.

Компании российского сырьевого сектора, пишут авторы рейтинга, понесли существенные потери из-за падения цен на нефть и западных санкций.

Первое место в рейтинге сохранила американская торговая сеть Wal-Mart, крупнейший ритейлер мира по капитализации. Ее выручка в прошлом году превысила $485 млрд.

На второе место в 2015 году вырвалась самая большая нефтеперерабатывающая компания Азии - китайская Sinopec, занимавшая годом ранее третью строчку. Ее выручка составляет более $446 млрд.

Англо-голландская Royal Dutch Shell с годовым оборотом $431 млрд. переместилась со 2-й на 3-ю позицию.

В общей сложности в топ-10 вошли две американские компании (Wal-Mart и ExxonMobil), три китайские (Sinopec, China National Petroleum и State Grid), германская Volkswagen, японская Toyota, а также три британские - Shell, BP и Glencore (в двух из них британские граждане контролируют лишь часть акционерного капитала, отмечает BBC).

Семь компаний из первой «десятки» представляют энергетический сектор, две - автомобилестроение и одна - розничную торговлю.

Самая дорогая компания мира Apple в очередной раз уступила вечному конкуренту Samsung Electronics по объемам выручки, заняв 15-е место в Fortune Global 500 (Samsung - на 13-м), но при этом ей принадлежит 2-е место по прибыли. Мировым лидером по размеру годовой прибыли является Industrial & Commercial Bank of China ($44, 7 млрд), занимающий лишь 18-й позицию по выручке.

Как отмечает Fortune, 500 крупнейших компаний, представляющие 36 стран мира, по итогам 2014 года зафиксировали общую выручку в размере $31, 2 трлн., прибыль - $1, 7 трлн.

В 2015 году список пополнился 23 новыми компаниями, 11 из которых являются азиатскими предприятиями. В ряде случаев - особенно в том, что касается китайских госкорпораций - Fortune в 2015 году впервые получила возможность оценить финансовые показатели участников: например, China Railway Engineering (71-я), Shaanxi Coal and Chemical Industry (416-я) и нидерландская Trafigura Beheer (40-я). Следует также отметить, что совокупная выручка крупнейших компаний мира в 2015 г. достигла 27, 6 трлн. долларов.

Безусловно, необходимо иметь представление и о том, какие мировые компании являются самыми крупными в 2016 году и занимают лидирующие позиции на глобальном рынке? Ответ на этот вопрос может дать ежегодный рейтинг Fortune Global 500 американского делового журнала Fortune, наглядно демонстрирующий крупнейших корпоративных игроков и предоставляющий возможность объективно оценить ведущие тенденции экономического развития в мировом масштабе и практик ведения международного бизнеса в региональном измерении. Главным критерием при составлении рейтинга служит выручка компаний за прошедший год. Эксперты включают в Fortune Global 500 американские компании, отчитывающиеся в US Securities and Exchange Commission (Комиссию по ценным бумагам и биржам), а также частные корпорации, зарегистрированные за пределами Соединенных Штатов и имеющие отчетность в открытом доступе.

Итак, крупнейшие компании мира (2016 г.) и их выручка (в млрд. долларов):

. Walmart (сектор розничной торговли, США) - 482, 130;

2. State Grid Corporation of China (электроэнергетика, Китай) - 329, 601;

. China National Petroleum (нефтегазовый сектор, Китай) - 299, 271;

4. Sinopec Groupe (нефтехимическая промышленность, Китай) - 294, 344;

. Royal Dutch Shell (нефтегазовый сектор, Нидерланды - Великобритания) - 272, 156;

. Exxon Mobile (нефтегазовый сектор, США) - 246, 204;

. Volkswagen (автомобильная промышленность, Германия) - 236, 600;

. Toyota Motor (автомобильная промышленность, Япония) - 236, 592;

. Apple (технологический сектор, США) - 233, 715;

. British Petroleum (нефтегазовый сектор, Великобритания) - 225, 982.

Лучшая из российских корпораций - «Газпром» - занимает 56 место с выручкой за 2015 г. в 99, 464 млрд. долларов.

В Топ-100 рейтинга вошел также «Лукойл» (76 позиция; 84, 677 млрд. долларов).

В целом, совокупная выручка 500 крупнейших компаний мира в 2015 г. (по данным Fortune Global 500) составила 27, 6 триллионов долларов, а общая прибыль - 1, 5 трлн. долларов. На предприятиях указанных в рейтинге компаний работает 67 миллионов человек в 33 государствах планеты.

Однако если мы ограничимся сказанным, то наше представление о практике международного бизнеса в региональном измерении будет неполным. Ведь мы преимущественно рассматривали фирму, которая в своей деятельности осуществляет выход за пределы своей национальной экономики, т.е. фактически рассматривали «внешне ориентированную» интернационализацию (outward internationalization). Однако этого, безусловно, недостаточно. Необходимо оценивать анализируемый процесс и с прямо противоположной точки зрения.

Действительно, стандартный цикл хозяйственной деятельности очень многих бизнес-структур, полностью производящих свою продукцию «дома» и реализующих ее только отечественному потребителю, включает в себя приобретение на внешнем рынке сырья, полуфабрикатов и комплектующих, взаимодействие с зарубежными инвесторами и кредиторами, научно техническое сотрудничество с иностранными партнерами. Во всех этих случаях мы имеем дело с «внутренне ориентированной» интернационализацией (inward internationalization). В результате общий спектр субъектов интернационализации оказывается значительно шире, чем могло показаться на первый взгляд.

В целом процессы внешне и внутренне ориентированной интернационализации тесно переплетаются друг с другом. Конкретные хозяйствующие единицы в целом ряде случаев оказываются одновременно вовлеченными в оба из них.

Важно также подчеркнуть, что для принятия решений в области международного бизнеса менеджерам компании необходимо знать и понимать процессы, происходящие в мировой экономике в целом, и особенности национальных рынков, на которых компания планирует или уже осуществляет свой бизнес. Более детальный углубленный анализ ситуации на выбранном зарубежном рынке позволит лучше понять рыночную структуру и процессы, характерные для целевого рынка.

Ситуация на внешнем рынке характеризуется его текущим состоянием и тенденциями развития, которые способны повлиять на деятельность компании. При анализе ситуации на зарубежном рынке факторы можно классифицировать по критерию «влияние на компанию». Они делятся на три группы: 1) макросреда и 2) микросреда, представляющие собой внешние факторы, и 3) внутренняя среда компании - внутренние факторы.

Таким образом, можно сделать вывод, что компании, планирующей международную предпринимательскую деятельность, необходимо помимо среды страны происхождения знать и понимать внешнюю среду потенциальных целевых стран для освоения, их взаимосвязи и взаимозависимости со средой мирового рынка в целом.

При исследовании внешних рынков компания должна провести сравнительный анализ с точки зрения сходства и различий факторов внешней среды (их количественных и качественных параметров), что в дальнейшем обусловит решения о возможностях стандартизации или необходимости адаптации к условиям страны освоения.

**2.2 Оценка роли интеграционного фактора в функционировании международного бизнеса**

Рассматривая роль и значение интеграционного фактора в процессе функционирования международного бизнеса и его развития, прежде всего, следует подчеркнуть тот факт, что международная фирма испытывает меньше трудностей при выходе на новые рынки. Экспансия уже не столь зависима от наличия сходства между иностранным и внутренним рынками, как это имеет место в случае «рано стартующего». Кроме того, международная фирма имеет в своем распоряжении более широкий набор моделей проникновения на рынок.

Что же касается стратегии «международный в одиночестве», то при следовании ей, по мнению С. Холленсена, «фирма получает значительные преимущества для осуществления экспансии и проникновения, особенно в высокоструктурированных сетях. Однако перед фирмой встает вопрос о координации деятельности на различных рынках, что придает значимость стратегии международной интеграции».

А.И. Погорлецкий и С.Ф. Сутырин, оценивая роль интеграционного фактора в деятельности международном бизнесе отмечают, что «При выборе целевого внешнего рынка для международной предпринимательской деятельности среди первостепенных ключевых факторов экономической среды целесообразно определить, к какой группе стран относится данная страна, каковы уровень экономического развития страны, размер рынка, основные макроэкономические показатели, покупательная способность населения, количественные и качественные характеристики конкуренции, уровень развития инфраструктуры, а также степень вовлеченности страны в международные интеграционные процессы (участие в интеграционных группировках)».

В целом же, в современных условиях развития мировой экономики активизировались интеграционные процессы в международном бизнесе. Данная тенденция проявляется в следующем: концентрация капитала, интеграция промышленного и финансового капитала, диверсификация форм и направлений деятельности. В этом же ряду находятся глобализация деятельности и интернационализация капитала.

В условиях нестабильности мировой экономики все субъекты международного бизнеса стремятся к поиску различных вариантов сотрудничества. Это позволяет пережить кризисные проявления с наименьшими потерями и получить новые конкурентные преимущества на мировом рынке. При всех существующих проблемах, связанных с формированием и развитием интегрированных бизнес-групп, партнеры получают несравненно большие выгоды от сотрудничества.

В качестве основного преимущества интегрированных бизнес-групп выделяют то, что интегрированная бизнес-группа позволяет сохранить определенную структуру и менталитет компании, которые подверглись бы серьезным трансформациям в случае поглощения.

Слияния и поглощения нередко считаются неприемлемой формой интеграции из-за эффекта несовместимости цели мисси присоединяемой компании. Кроме того, интегрированная бизнес-группа основывается на сотрудничестве, которое предполагает, что роли, задачи и условия функционирования партнеров оговариваются заранее и подтверждаются договором.

Организационные формы объединения компаний, значительно различаются по степени интеграции их участников. Все организационные формы интеграции в международном бизнесе условно подразделяются на «жесткие» и «мягкие». К первому варианту относятся концерны и тресты, а ко второму, прежде всего, ассоциации, консорциумы, стратегические альянсы. «Мягкие» формы интеграции особенно популярны для международных объединений, так к позволяют вести совместную деятельность при сохранении учредителями юридической и хозяйственной самостоятельности. В рамках стратегических альянсов и консорциумов возникает возможность мобилизации преимуществ мощной корпоративной структуры при сохранении национальной обособленности ее членов.

Как известно экономика развитых стран строится на достаточно крупных интегрированных финансово-промышленных структурах, вокруг которых образуется цепь представителей среднего и малого бизнеса. В высокоразвитых экономиках мира мощные промышленные компании тесно переплетены с финансовыми структурами - банками, страховыми и инвестиционными институтами. В результате такого органического сплетения данные бизнес-группы обладают достаточным количеством ресурсов для проведения широкомасштабных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, осуществления крупных инвестиционных проектов. Интеграция в международном бизнесе позволяет успешно и в полном объеме использовать потенции диверсификации, комбинирования, кооперирования.

Процесс формирования интегрированного капитала на основе слияния финансовой и промышленной форм определяет развитие мировой экономики и общества в целом. На ранних этапах экономического развития микроуровневым субъектом данных интеграционных процессов выступали синдикаты, тресты, корпорации, концерны, холдинги, конгломераты, консорциумы, финансово-промышленные группы (ФПГ), а в последующем - стратегические альянсы.

Стратегические альянсы представляют собой достаточно гибкие межфирменные союзы, создаваемые для совместного решения ориентированных на международный рынок конкурентных задач в определенных сферах международного бизнеса. При этом фирмы, входящие в альянс не лишаются возможности конкурировать в других сферах. Стратегические альянсы в иерархии организационных форм международного бизнеса стоят на самой вершине. Стратегический альянс по своей сути представляют форму интеграции предпринимательства фирм, не конкурирующих друг с другом в обозначенных областях, имеющих взаимодополняющую стратегию и зависящих друг от друга в процессе достижения успеха на мировом рынке. Стратегические альянсы - наиболее сложный тип интеграции международного бизнеса. Менеджерам, работающим в такого рода структурах, необходимо внимательно относиться к балансу интересов компаний, которые они представляют, а также интересов непосредственно самих альянсов.

На основе анализа современных особенностей развития стратегических альянсов можно сделать вывод о том, что данная форма интеграции является одним из наиболее перспективных направлений вхождения российских компаний в международно-интегрированный бизнес. Стратегические альянсы между российскими и зарубежными крупнейшими компаниями могут стать основой современной корпоративной экономики модернизированной России.

Справедливо будет отметить, что в российской экономике количественно стратегических альянсов на порядок ниже, чем в европейских странах. Причины такого отставания связаны не столько с экономическими, сколько с поведенческими факторами. Одним из основополагающих условий образования стратегических альянсов является выстраивание партнерских отношений на доверительной основе. Российские компании, не так давно закончившие процесс первоначального накопления капитала с его корпоративными конфликтами, экономической и административной борьбой за передел собственности и контролем над ресурсами, в ментальном плане еще не в полной мере готовы к выстраиванию сложных, доверительных отношений, составляющих основу стратегических альянсов. Но, ситуация меняется в лучшую сторону: прежний агрессивный стереотип поведенческой модели российского бизнеса уходит в прошлое.

По мнению экономистов, эра стратегических альянсов в зарубежных странах относится к 80-м годам прошлого столетия. Российскую экономику интеграция корпоративного сектора захлестнула чуть позже, и особенно активно этот процесс осуществлялся в сфере внешнеэкономической деятельности. Первые стратегические альянсы появились в России в виде совместных предприятий. В начале 1990-х годов XX века их количество росло с каждым годом. За один только 1991 г. было создано свыше 2 тыс. совместных предприятий с компаниями из более чем 60 стран.

Следует отметить, что альянсы в форме совместных предприятий были в тот период во многом неравноправны для российских предприятий, поскольку создавались с целью снижения затрат и риска, связанных с вхождения на российский рынок зарубежных компаний.

Для иностранных партнеров альянсы с отечественными предприятиями часто представляли краткосрочный интерес. После того как основные бизнес-процессы были отлажены и создана соответствующая инфраструктура, потребность в российском партнерстве отпадала. Отечественные предприятие или поглощалось, или отношения с ним прерывались.

Многие российские предприятия в тот период времени ставили своей задачей объединиться с близкими по технологическим процессам хозяйственными единицами при наличии головной компании с контрольными пакетами акций всех предприятий, входящих в интеграционную структуру. В результате сформировались такие типы интеграции бизнеса как холдинги. Естественно, что наиболее привлекательной отраслью российской экономики для интегрированных бизнес групп явилась нефтяная промышленность, и лишь затем интерес распространился на другие сырьевые отрасли. К середине 90-х годов XX века этот процесс в России стал характерным и двигался в двух направлениях. Одна часть холдингов создавалась путем разукрупнения предприятий, выделения из их состава дочерних структур, другая - формировалась путем покупки технологических связанных предприятий. Государственная инициатива по формированию холдинговых структур в ряде жизнеобеспечивающих и экспортоориентированных отраслей привела к возникновению в российской экономике крупных бизнес-групп, объединенных холдинговыми отношениями. Речь идет о РАО «ЕЭС России», «Газпром», «Юкос» и «Лукойл».

Анализируемый период времени в России также связан с образованием финансово-промышленных групп. В российских условиях еще несформировавшейся рыночной среды, главной силой интеграции промышленности и финансов в соответствующие группы было стремление к непрерывности связей между этими двумя секторами в условиях тотальной проблемы «неплатежей».

В процессе формирования ФПГ происходило становление диверсифицированных образований конгломеративного типа. Диверсификация позволяла аккумулировать финансовые ресурсы, преодолевать входные барьеры в определенную отрасль, формировать инвестиционные портфели и равномерно распределять риски в различных направлениях. Однако, создаваемые в России финансово-промышленные группы не смогли активизировать инвестиционную деятельность в промышленности. Это можно объяснить тем, что в период становления ФПГ банки не обладали желанием модернизировать промышленность. Задачей финансовых структур прежде всего было получение собственность, лишь отчасти способную приносить доходы, а в большей мере позволяющую укрепить свои позиции в экономике и расширить сферы влияния. Промышленные предприятия в такой бизнес-группе не рассматривались банками в качестве полноценных партнеров.

Современный период развития интегрированных корпоративных структур в российском бизнесе все еще сохраняет тенденции предыдущего развития, но при этом уже обладает рядом качественных особенностей. Причиной изменения тенденций стало переосмысление роли интегрированных бизнес-групп в перспективном развитии компании.

Наиболее перспективными на сегодняшний день являются партнерства российских промышленных компаний с представителями иностранного бизнеса. Это объясняется тем, что за рубежом накоплен большой опыт по организации и функционированию международных бизнес-групп. В этих условиях российским компаниям нет необходимости создавать особых механизмов сотрудничества, их задача состоит в адаптации к уже существующим схемам взаимодействия. Кроме того, участие в таких альянсах открывает для них новые возможности и перспективы.

Особый интерес для российской промышленности представляли международные стратегические технологические альянсы. Одной из отраслей, в которой международное технологическое сотрудничество осуществлялось наиболее интенсивно, было автомобилестроение. Во второй половине 90-х годов XX века практически все российские производственные мощности для выпуска новых моделей автомобилей в кооперации с зарубежными партнерами. Инвестиционный потенциал возможных сделок к середине 1998 г. оценивался на уровне более чем 2 млрд. долл..

В современной России процесс интеграции российского и зарубежного бизнеса активно происходит на фармакологическом рынке. В марте 2011 г. было заключено партнерское соглашение между НПО Петровакс Фарм и Pfizer по организации производства инновационной 13-валентной пневмококковой вакцины на территории России. В планах стратегических партнеров - реализация производства полного цикла. В том же году состоялось подписание соглашения о сотрудничестве между компаниями Акрихин и MSD, предполагающее трансфер технологий с целью локализации производства части продукции MSD на территории Российской Федерации. На первой стадии Акрихин будет осуществлять вторичную упаковку препаратов MSD. В дальнейшем компании планируют перевод производства таблетированных форм на полный цикл.

Перспективы развития международного сотрудничества в фармацевтической индустрии широко обсуждаются в последнее время профессиональным сообществом. Решению задач формирования и развития инновационной фармацевтической промышленности в России во многом будут способствовать именно стратегические альянсы и партнерства. Переход российской фармацевтической отрасли на инновационные рельсы создаст благоприятную почву для международной кооперации в данной сфере. Использование опыта крупных зарубежных компаний окажет стимулирующее воздействие на развитие компетенций отечественной промышленности.

Очевидно, что в качестве российских партнеров западные фармпроизводители выбирают компании, способные решать сложные задачи по производству и разработке наукоемких оригинальных и большей частью инновационных препаратов, применяемых во многих нозологических областях. Производственные и лабораторные комплексы таких компаний оснащены современным оборудованием, которое должным образом квалифицировано, а все процессы прошли надлежащую валидацию. Именно эти компании являются драйверами превращения российской фармацевтической промышленности в высокотехнологическую отрасль. Альянс позволяет гибко сотрудничать с широким кругом партнеров, создавая новые возможности роста для каждого из них.

Следует также согласиться с мнением А.Р. Александрова. Который обращает внимание в своей публикации на тот факт, что «В контексте развития ЕАЭС одной из наиболее динамично развивающихся отраслей информационно-коммуникационного сектора является международный электронный бизнес (МЭБ) - бизнес, основанный на использовании информационных технологий с тем, чтобы обеспечить оптимальное взаимодействие деловых партнеров и создать интегрированную цепочку добавленной стоимости. Данное понятие включает в себя электронную коммерцию (ЭК) и, как следствие, интернет-торговлю».

Исходя из представленного рейтинга глобального индекса инноваций (табл.2), можно сделать вывод об ускорении инновационного развития в странах ЕАЭС, что, в свою очередь, актуализирует вопрос эффективного использования ресурсов объединения как на внутренних, так и на внешних рынках товаров и услуг.

**Таблица 2. Глобальный индекс инноваций, рейтинг.**



Глобальный индекс инноваций отражает готовность стран к инновациям и их успешное внедрение. Уровень ранжирования каждой из стран (за исключением Кыргызской Республики) находится на среднем или выше среднего уровнях (максимальный ранг - 141). Исходя из индексной характеристики стран, потенциальными странами создания кластерного интеграционного объединения выступают бывшие страны-участницы Таможенного Союза.

**2.3 Участие России в международном бизнесе**

Российская Федерация сегодня является важным игроком на глобальной политической и экономической арене. Страна стала членом многих ключевых международных экономических организаций, а ее компании все более активно занимаются продвижением своих интересов как на внутреннем рынке, так и за рубежом.

Подчеркнём, что пока Россию не настигли санкции и экономический кризис, основным вектором развития экономики было партнерство с зарубежными компаниями. Так, в автомобильной промышленности стали привлекать зарубежных инвесторов и стимулировать локализацию производства таможенными льготами. Лидер отечественного тяжелого машиностроения - Уралвагонзавод (УВЗ) - рассчитывал на работу с транснациональными компаниями для приведения технического уровня к мировым стандартам. Стратегия Объединенной судостроительной корпорации предполагала внешние инвестиции для роста финансирования на техническое перевооружение, а Объединенная авиастроительная корпорация строила свои планы на создание линейки новых гражданских воздушных судов, до 60 процентов состоящих из импортных компонентов. Сельское хозяйство также рассчитывало на импортную технику и удобрения, а пищевая промышленность по некоторым видам продукции более чем на 50 процентов зависела от поставок продовольствия и сырья из-за рубежа.

Но стратегии развития отраслей, разработанные в 2011-2012 годы, стали разрушаться. В 2015 году дала сбой система промышленной сборки для автоконцернов, которая долго была ключевой идеей развития отечественного автопрома, а в 2014 году сорвались планы УВЗ по работе с Caterpillar и Bombardier. К сожалению, есть и другие примеры.

Следует отметить, что в целом в России международная производственная кооперация не получила такого широкого развития, как в странах с развитой рыночной экономикой. Главным препятствием участия нашего государства в этом процессе является сырьевая ориентация ее экономики.

После того, как начали рушиться планы инвестиционного сотрудничества с иностранными государствами, Правительство России внезапно взяло курс на развитие экономики под эгидой импортозамещения. Причем решение по конкретным отраслям происходило синхронно с отказом иностранных партнеров от сотрудничества с нашей страной. Президент России Владимир Путин на одной из встреч с представителями деловых кругов заявил, что Россия в ответ на санкции будет развивать свободу предпринимательства внутри страны. Он также указал на планы активно развивать экономические связи с другими странами для расширения возможностей отечественного бизнеса.

Многолетний зарубежный и недавний отечественный опыт показывает, что развитие национальных отраслей промышленности во многом определяется государственной политикой, направленной на создание благоприятных условий для осуществления инвестиционной деятельности, защиту внутреннего рынка, повышение конкурентоспособности отечественной продукции. Запущенная для этого программа импортозамещения должна была привести к технологическому обновлению производств, стимулированию развития собственных отраслей народного хозяйства.

Но при этом нужно понимать, что когда какая-то отрасль насытила свой внутренний рынок и нет никакой возможности для дальнейшего импортозамещения, ее необходимо стимулировать к поискам заграничных рынков сбыта с уходом от протекционизма.

Среди всего разнообразия организационных форм международного бизнеса, в России, по мнению И.Н. Кошовий, «можно выделить три группы:

) организационные формы международного бизнеса с закреплением их юридического статуса в стране базирования, т.е. с созданием юридических лиц (предприятия с иностранными инвестициями);

) организационные формы международного бизнеса с закреплением их налогового статуса, но без создания юридических лиц (представительства и филиалы иностранных юридических лиц);

) организационные формы международного бизнеса, основанные на договорных отношениях (без создания юридических лиц и закрепления налогового статуса)».

Кроме того, рассматривая первую группу форм, И.Н. Кошовий отмечает, что «…они могут быть созданы путем учреждения новой фирмы в соответствии с российским законодательством (самостоятельно или с местным партнером), либо путем приобретения существенной доли в уже действующей российской фирме или полного поглощения этой фирмы, в том числе в процессе приватизации.

Из первой группы форм осуществления международного бизнеса, представляющих собой предприятия с иностранными инвестициями, можно выделить две группы компаний: 1) предприятия, на 100% принадлежащие иностранному инвестору; 2) предприятия с долевым участием иностранных инвестиций (совместные компании). Кроме того организационные формы осуществления международного бизнеса с закреплением их юридического статуса могут быть созданы в виде дочерней, ассоциированной или полностью самостоятельной компании». Безусловно, не следует забывать и том, что определяющей характеристикой международного бизнеса, охватывающего собой международное производство и кооперацию, валютно-финансовые отношения, внешнюю торговлю, инвестиции, транспорт, миграцию рабочей силы и, наконец, внешнюю безопасность, является сегодня его глобальный характер. Глобализация - процесс, подразумевающий образование единого общемирового экономического, правового, культурно-информационного, духовного пространства на базе прогрессивных инновационных технологий, - это объективная реальность наших дней, к которой вынуждены приспосабливаться все субъекты международной жизни. Создавая условия для доступа стран к самым передовым достижениям современной науки и техники, облегчая хозяйственное взаимодействие между государствами, глобализация способствует повышению конкурентоспособности национальных экономик, стимулируя тем самым стремительный рост мировой экономики в целом. При этом перед развивающимися странами возникает опасность потери самостоятельности в проведении собственной экономической политики, финансовой зависимости от международных институтов (МВФ, Всемирный банк), беззащитности перед мировыми финансовыми и структурными кризисами, дискриминации во внешней торговле и т.п.

Все эти проблемы весьма остро встают и перед Россией, вынужденной справляться с вызовами международного рынка в условиях резкого спада производства в наукоемких и высокотехнологичных отраслях промышленности на фоне расширения сырьевого сектора. По данным Института проблем естественных монополий, 40% ВВП России создается за счет экспорта сырья. Экспорт высокотехнологичной продукции составляет всего 2, 3% от промышленного экспорта России. Для сравнения: в США эта цифра равна 32, 9%, в Китае - 32, 8%. В 2013 году импорт товаров в Россию составил $343 млрд., по этому показателю Россия заняла 15-е место среди стран мира. Импорт по некоторым отраслям составляет: станкостроение - 90%; тяжелое машиностроение - 60-80%; электронная промышленность - 80-90%; фармацевтическая промышленность - 70-80%; легкая промышленность - 70-90%;медицинское оборудование - 70-80%; машиностроение для пищевой промышленности - 60-80%;- продукты питания - 30-40%.

Неблагоприятная ситуация в ряде отраслей российской экономики, сложившаяся в настоящее время вследствие действия взаимных санкций и ограничений особенно обострила проблему зависимости от поставок из-за рубежа и сделала максимально актуальной реализацию концепции импортозамещения. Импортозамещение - уменьшение или прекращение импорта определенного товара посредством производства и выпуска в стране того же или аналогичных товаров. Цели импортозамещения можно определить как достижение технологической независимости в критических технологиях, стремление к формированию положительного сальдо торгового баланса и завоеванию глобального рынка и, безусловно, ‒ обеспечение государственной безопасности. Курс на импортозамещение в российской промышленности был провозглашен президентом РФ на Санкт-Петербургском международном экономическом форуме в мае 2014 года: «Импортозамещение за счет модернизации промышленности и роста конкуренции поможет вернуть собственный рынок отечественным производителям». Проведение политики импортозамещения, активное стимулирование внутреннего спроса и потребления составляет основу новой модели роста экономики страны. При оптимальном масштабе импортозамещения в 100 миллиардов долларов за 2-3 года можно будет создать 1 миллион новых рабочих мест и получить дополнительно налогов на 0, 5 триллиона рублей. При этом, касаясь проблемы кредитования промышленности, идущей по пути модернизации, советник президента РФ С.Ю. Глазьев сказал: «Введение санкций дает уникальный шанс заместить внешние источники кредита внутренними и создать суверенную финансовую систему, ориентирующуюся на развитие собственного производства». В этом плане «вопрос стоит о замещении импорта не только и даже не столько товаров, сколько финансов, а именно - внешних кредитов». Экспорт сырья может также оказать стимулирующее влияние на рост отечественной экономики, если заработанные средства тратятся на развитие высокотехнологичных производств. Государства, которые наращивали свой экспорт одновременно с процессом ипортозамещения, добились наибольших успехов. Для России, которая, в основном, экспортирует сырье и импортирует практически все виды наукоемкой продукции (удельный вес России в глобальном экспорте наукоемкой продукции не превышает 0, 3%), переход к инновационному пути развития и созданию производств импортозамещающей продукции представляется особенно актуальным. В сложившихся на данный момент условиях Министерство промышленности и торговли РФ ведет интенсивную разработку планов содействия импортозамещению в промышленности, предусматривающих предоставление государственных субсидий на исследовательские и конструкторские работы (НИОКР), техническое перевооружение, модернизацию, развитие инфраструктуры.

Однако, не следует забывать, что стратегия импортозамещения - это определенная форма неопротекционизма, противоречащая принципам свободной международной торговли. Протекционизм как мера защиты внутреннего рынка и бизнеса, ведет к тому, что предприятия внутри страны, монополизируя производство определенного вида продукции и работая неэффективно, получают прибыль от продаж по завышенным ценам. Правительство России, принимая меры по запуску в стране в течение ближайших лет собственного производства продукции стратегического назначения, планирует также сохранить, по возможности, кооперацию с зарубежными странами и партнерами по тем направлениям, где вопросы, связанные с национальной безопасностью, не стоят на первом месте. Решая задачи импортозамещения в промышленности, Россия ни в коем случае не отрицает принципов международной экономической интеграции как одного из важных условий повышения конкурентоспособности экономики. Здесь имеет принципиальное значение развитие таких направлений деятельности как привлечение иностранных инвестиций для развития и поддержки отечественного производства, участие отечественных компаний в деятельности транснациональных корпораций, диверсификация экспортных поставок энергоресурсов, интеграция в мировой финансовый рынок.

Важно отметить, что в 2015 году Россия значительно увеличила свое присутствие на мировом рынке вооружений, увеличив продажи в страны, не поддержавшие санкции, почти на 50%. На сегодняшний день 11 российских компаний входят в список 100 крупнейших производителей оружия, тогда как в 2013 году их было только восемь, а доля российских компаний в совокупном объеме продаж крупнейших производителей вооружений в мире достигла 10% (третье место после США и Великобритании). Поэтому напрашивается явный вывод: одним из аспектов экономической политики России должен стать скоординированный подход к привлечению внутренних и иностранных инвесторов из лояльных к нам в политических и экономических отношениях стран в специально созданные зоны стимулирования экспортного производства в целях создания благоприятных условий для перенесения в Россию звеньев глобальных производственных цепочек, которые, по оценкам некоторых экспертов, будут покидать Китай в течение ближайших 15 лет. Они обеспечат России новые возможности для роста занятости и скорее дополнят внутренний рынок труда, чем станут для него конкурентами.

**3. Пути совершенствования международного бизнеса**

**.1 Проблемы развития международного бизнеса и пути их преодоления**

Безусловно, в современном мире существуют самые различные по своей природе проблемы развития международного бизнеса, которые актуальны и применительно к России. Среди таковых проблем считаем целесообразным отметить следующие:

) Ментальность торговцев, а не производителей. Желание получить финансовый результат, а не какой-либо новый продукт. По-прежнему уровень прибыли остается важным показателем эффективной работы, а не численность клиентов в настоящий момент и в будущем. Часто управляют бизнесом, делая краткосрочные планы, не рассчитывая долгосрочные. На многих предприятиях делают ставку на физические свойства продукта, а не на желание потребителя и установления крепких эмоциональных связей с ним. Не происходит развитие маркетинга и менеджмента либо происходит, но не так, как хотелось бы.

) Психологическая неготовность сотрудников к изменениям. Любое внедрение новаций болезненно воспринимается сотрудниками компаний, они не готовы к экспериментам новаторства, но при этом стремятся к перфекционизму. Однако, когда технологическое развитие идет вперед огромными шагами, невозможно делать все правильно и в совершенстве. Перфекционизм меняется на культуру длительного совершенствования.

) Замкнутое мировоззрение и нетерпимость поликультурализма. Мир гораздо шире, чем та страна, в которой располагается конкретная компания. Если она желает быть первой и хочет уверенно чувствовать себя на рынке, необходимо знать, каким видом деятельности занимаются лучшие и первые компании мира, и какие новаторства появляются, непосредственно, в занимаемой Вами нише. Речь, в данном случае, идет о постоянном проведении маркетинговых исследований, промышленных исследований на международной арене, и это должны делать как международные, так и национальные компании.

## 4) Реклама остается основным двигателем бизнеса. Модель - реклама, затем маркетинг, а потом инновации в западных странах уже в прошлом. И только в странах СНГ предприниматели все еще ставят ставку на продажи.

## ) Скрепление партнерских отношений печатями вместо выстраивания отношений. Очень слабыми местами российских бизнесменов являются такие понятия, как управление карьерой, лидерство, управление контактами, персональное брендирование и др. Пиар воспринимается как самовосхваление, но именно так происходит контакт с обществом. Формируется некая экосистема предпринимательства, которая разрешит эту проблему.

## ) Ироничное отношение к предпринимателям. В других странах предприниматель - это источник новаторства, органы, регулирующие предпринимательскую деятельность, уважают и чтят этих людей.

7) Метрическое безумие в управлении кадрами. Какой смысл тотально контролировать своих сотрудников? Пытаться вписать людей в определенные рамки, вместо того чтобы подойти индивидуально к подбору работы. Показатели нужно использовать для аналитики, для понимания самих процессов, они не должны являться самоцелью, но системой управления тоже не должны быть. Ведь не показатели принимают правильные решения, а люди. Для того чтобы люди принимали правильные решения, надо, прежде всего, убедиться, что есть понимание общих целей компании, а также есть инструменты, знания, умения, которые помогут изменить в лучшую сторону их суждения. Показатели - это как приборная панель на автомобиле. Если Вы будете смотреть на спидометр, а не на шоссе, есть большой шанс, что Вы разобьете автомобиль и сами погибните.

) Несформированность рынка исследовательских услуг. Отсутствие доступности аналитической информации является минусом для заинтересованных в ней лиц. Многие напрягаются от того, что можно взять и купить готовый бизнес-план. Допускается продажа маркетинговых исследований, но не планов развития бизнеса. В этом случае, актуален вопрос - где же бизнес-модель инноваций и навыки собственников и управленцев бизнеса?

) Российские специалисты прослыли за рубежом одиночками. Есть мнение, что российские специалисты не умеют работать в группах. Возможно, это результат индивидуализации и большого ума. Атрибутами периода мгновенного технологического развития, тем не менее, являются корпоративный разум и краудсорсинг.

) Неумение планировать. Россия и страны СНГ учатся разрабатывать стратегические планы, а в это время компании Запада ищут возможности и выходят на международную арену.

И.И. Воронин с основанием подчёркивает, что «…предпринимательство выходит далеко за национальные рынки, вовлекая в свою орбиту всё большее количество людей с различным культурным кругозором. В результате культурные различия начинают играть в организациях возрастающую роль и сильнее воздействовать на определённую эффективность деловой деятельности. Отсюда и возникает кросскультурные проблемы в международном бизнесе, определяемые: языком, религией, политикой и правом, географией, искусством, образованием, технологией и другими жизненными ценностями».

Некоторые проблемы для международного бизнеса провоцирует и культурное разнообразие. Дело в том, что руководители всех компаний понимают важность правильного управления человеческими ресурсами, однако особенно остро этот вопрос касается многонациональных корпораций, поскольку они наиболее тесно сталкиваются с проблемой культурного разнообразия внутри своей компании.

Культура, по сути дела, - это нормы, основанные на ценностях, взглядах и убеждениях группы людей. Культура является неотъемлемой частью операционной среды той или иной страны. Люди принадлежат к разным группам на основании национальности, этнического происхождения, религии, пола, организации, в которой они работают, профессии, возраста, членства в политической партии, и уровня дохода, и каждая группа включает в себя культуру. В данной работе внимание уделяется не только различию между национальными культурами, но и между крупными культурными членствами в разных странах и тому, как это различие может повлиять на политику управления человеческими ресурсами компании или на способы ведения переговоров между партнерами из разных стран.

Каждая компания нанимает сотрудников, ведет бизнес с людьми: продает людям и покупает у людей, любой компанией владеют и управляют также люди. Международный бизнес, конечно же, включает в себя людей из разных национальных культур, которые затрагивают все бизнес-функции: управление рабочей силы, маркетинг и логистику, управление поставками, финансирование и т.д.

Оперируя в рамках международного бизнеса, компании создают ценности и конкурентные преимущества для себя, например, поиск новых сотрудником за рубежом, поскольку они могут обладать специфическими знаниями и навыками. Компании стараются извлечь выгоду из глобализации и свободного движения людей. Когда люди разных национальностей объединяются вместе в рамках одного проекта или команды, разнообразие их происхождения, взглядов и опыта часто позволяют компаниям получить более глубокие знания или новые креативные идеи о продуктах или услугах, о том, как их эффективнее производить и доставлять в торговые точки. Однако стоит понимать, что в таких группах вероятность возникновения конфликтов выше, поэтому лидеры таких команд должны стремиться к созданию дружественной и теплой атмосферы, особенно в ситуациях расхождения мнений или если в команде есть люди национального меньшинства.

Исследования кросс-национальных групп внутри компаний показывают, что граждане некоторых стран соревновались с другими членами команды, а другие сотрудничали, некоторые ожидают четкого наставничества, в то время как другие предпочитают брать на себя инициативу, а некоторые предпочитают разделять полномочия и задания, в то время как другие стремятся к совместному принятию решений. Другое исследование показало, что языковые различия делают общее понимание командных ролей и расстановку приоритетов более сложными. Более успешные команды старались понять культуру друг друга, прежде чем приступить к решению задачи. Также третье исследование показало, что ожидание высокого культурного разнообразия среди команд вынуждает их членов тратить много времени и сил прежде, чем они начнут правильно понимать друг друга и ладить друг с другом.

Когда расходящиеся культуры вступают в контакт, происходит культурное столкновение или столкновение культур. В международном бизнесе, основные проблемы культурного столкновения возникают при двух условиях:

. Когда компания применяет практики, которые оказывают менее эффективными, чем предполагалось.

. Когда сотрудники компании оказываются в стрессовой ситуации по причине сложности принятия и адаптации разнообразия в кросс-национальном поведении их коллег.

Компании, реализующей бизнес в другой стране, необходимо определить, какие из деловых практик этой страны отличаются от ее собственных, а затем решить, какие коррективы, если таковые необходимы, следует применить для эффективной работы. Культурная осведомленность играет имеет большое значение при управлении многонациональной корпорацией, важно знать и понимать причины культурных различий, а также поведенческие факторы, влияющие на управление международным бизнесом, и, наконец, причины, по которым некоторые предприятия или физические лица способны или нет приспосабливаться к другим культурам.

Большинство культурных переменных - ежедневные процедуры и правила, кодексы общественных отношений, язык, эмоциональные выражения - универсальны. Формы этих переменных, тем не менее, различаются между культурами, и не каждый реагирует на них одинаковым образом.

Прежде, чем приступить к ведению международного бизнеса необходимо хорошо изучить основные черты, присущие культуре потенциальных бизнес-партнеров, с целью избежание недопонимания. Существует несколько классификаций культур. По Э. Холлу культуры бывают высококонтекстные и низкоконтекстные. Отличительные черты высококонтекстных культур: невыраженная, скрытая манера речи, важна манера речи, а не то, что именно пытаются сказать, наличие многочисленных и многозначительных пауз, использование невербальных сигналов и символов, большое значение уделяется зрительному контакту, детали, подробности, избыточная информация излишни - участникам беседы все и так ясно, уклонение от конфликта и выяснения отношений/проблем, отсутствие открытого выражения недовольства при любых условиях и результатах общения. Люди, принадлежащие к низкоконтекстной культуре, отличаются тем, что излагают сути дела простым языком, склонны к прямой и выразительной манере речи, в меньше степени используют невербальные формы общения, четко и ясно оценивают все обсуждаемые темы и вопросы, им присущ вербальный, рациональный и эксплицитный коммуникационный процесс, отсутствие недосказанности и открытое выражение недовольства. По Р. Льюису культуры бывают моноактивные, полиактивные и реактивные. Моноактивные - культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, заниматься только одним делом в данный момент. Немцы и швейцарцы принадлежат к этой группе. Полиактивные - подвижные, общительные народы, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или иного мероприятия в данный момент. Сюда относятся такие народы, как итальянцы, латиноамериканцы и арабы. Реактивные - культуры, придающие наибольшее значение вежливости и уважению, предпочитающие молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на предложения другой стороны. Представители этой категории - китайцы, японцы и финны. Также для представителей бизнеса важна классификация по Г. Хофстеде, такая классификация основана на критериях: степень избегания неопределенности, дистанция власти, индивидуализм или коллективизм, мужской или женский тип поведения.

Некоторые культурные различия, например, такие как приемлемый внешний вид - достаточно очевидны, другие - нет. И часто в таких ситуациях люди, принадлежащие к одной культуре, ожидают от людей, принадлежащих к другой, такого же отношения, какое они получили бы в своей собственной стране к определенным моментам. Возьмем в пример сравнение отношения к бизнесу в Великобритании и в Саудовской Аравии. Британские бизнесмены скорей всего будут ожидать от своих партнеров из Саудовской Аравии быть пунктуальным, уделять им особое внимание и посвящать во все детали происходящих процессов. Ожидания британцев, принадлежащих к стране с низкоконтекстной и монохромной культуре, скорей всего не оправдаются, поскольку они имеют дело с людьми из совершенной другой культуры - высококонтекстной и полихромной. Саудовцы, тем временем, предпочтут не торопиться и обсудить деловые моменты в кафе за непринужденным разговором.

Не существует единственного проверенного метода создания культурной осведомлённости. Путешественники делают пометки о культурных различиях, эксперты проводят исследования, а международных бизнесмены обращают внимание на то, как кросс-культурные различия влияют на организационные процессы. У некоторых людей, кажется, есть врожденная способность говорить и делать правильные вещи в нужное время, в то время как другие могут непреднамеренно оскорбить собеседника или показаться невежественным. Эксперты отмечают, однако, что бизнес-люди могут улучшить свою осведомленность и чувствительность и при помощи самообразования и опыта научить кросс-культурному общению. Тем не менее, менеджеры должны критически оценивать информацию о культурах, чтобы определить, является ли она результатом неоправданных стереотипов, охватывает лишь ограниченные аспекты страны и ее культуры, или является устаревшей.

**3.2 Новые горизонты развития международного бизнеса**

Прежде всего, следует отметить тот факт, что лишь точное восприятие причин для выгоды международных операций позволит прийти к пониманию основ и специфики международного бизнеса как объекта для взаимного действия с международным менеджментом. То есть речь идет о мотивировании предпринимателя или менеджера, которое прошло определенное историческое развитие целой цивилизации и, в частности, ее экономического ядра. И в качестве одной из тенденций в развитии международного бизнеса следует, на наш взгляд, отметить усиливающееся использование компаниями такого инструмента как брендинг.

В этой связи логично привести высказывание доктора экономических наук, профессора МГИМО МИД России Игоря Рожкова: «Современная экономика - это конкуренция уже не просто товаров и брендов. Известна формула: товар - то, что производится, бренд - то, что продается. Продукт может быть скопирован конкурентами, бренд - никогда. Товар может устаревать, успешный бренд не подвержен воздействию времени».

Д.А. Гурнина в своей работе подчеркивает тот факт, что «…если в период до 2000 года брендинг рассматривался компаниями как один из инструментов маркетинга и использовался для повышения конкурентоспособности компании, то в настоящее время данная концепция для производителей является эффективным средством повышения капитализации компании. Сегодня многие крупные корпорации сознают, что их настоящее мастерство заключается в дизайне продукта и маркетинге, и это те области, в которые они инвестируют основную часть денег и получают огромные прибыли».

Кроме того, Д.А. Гурнина отмечает в своем исследовании, что «Основываясь на формирующихся тенденциях и на опыте использования технологий брендинга зарубежными странами, у России есть прекрасная возможность построить по-настоящему грамотную систему управления брендами. Пока Россия находится на этапе становления брендинга. Российские производители начинают понимать всю важность и актуальность проблемы создания брендов, несмотря на то, что бренды иностранных производителей фактически контролируют потребительский спрос населения России (за исключением 20-30 % самых бедных российских граждан)».

Можно выделить тенденции, которые чётко наблюдаются в современном мире, и напрямую затрагивают сферу международного бизнеса:

) Люди превратились из пассивных потребителей информации в активных, они сами выбирают, что читать, смотреть, чему верить.

) Если в ХХ веке каждый человек был покупателем, то в XXI веке каждый покупатель - человек, происходит возврат к личности, отношение к покупателю играет всё большую роль.

) С развитием интернета, различных форумов, социальных сетей, групп происходит переход от аудитории к сообществам. Например, у такого известного бренда, как Louis Vuitton, в интернете 1 200 000 последователей.

) От сообщения - к общению: недостаточно говорить, важно слушать, слышать, взаимодействовать, вовлекать потребителя в процесс.

) От концентрации - к расширению: хорошим примером здесь является компания «Virgin», которая активно развивается, охватывая всё большее количество бизнесов.

) От постоянства идентификации - к постоянству образа: теперь важно не только то, как выглядит логотип, но и как его воспринимает потребитель, каков образ бренда.

) Бесконечность и от продукции - к эмоциям: потребители стремятся к большему, им нужна некая­ ценность. Ощущения, эмоции от использования продукта или услуги выходят на первый план. Например, в автомобиле марки «BMW» акцент делается не на сам автомобиль, а на «удовольствие от вождения», которое получает потребитель, выбрав данную марку.

По мнению Н.Ф. Кислицыной, - «в современном мире имеют место быть тенденции, приводящие к сближению таких сфер как «права человека» и «международный бизнес», а именно:

Первая тенденция - проявление интереса со стороны российских и зарубежных ТНК к вопросу о корпоративной социальной ответственности (КСО).

Вторая новейшая тенденция - финансово-экономический кризис и его негативное влияние на российский и международный бизнес».

Рассматривая перспективы развития международного бизнеса, важно затронуть и такую важную его составляющую как международный банковский бизнес. В этой связи уместно привести умозаключения Е.А. Карагулян, которая в своём исследовании приходит к следующим выводам: «…не все банки с иностранным участием увеличили выплаты дивидендов в 2014 году, при этом вывод капитала из России банками можно расценивать, как естественную реакцию на возросшие риски ведения банковского бизнеса. При этом совокупный отток капитала из России за 2014 год составил 151, 5 млрд. долларов США, что является существенным для экономики страны.

Происходящие изменения в банковском секторе свидетельствуют о том, что иностранные банки в ближайшей перспективе могут сократить свое присутствие в российских регионах. Однако, опыт предыдущих финансовых кризисов, позволяет сделать вывод о том, что банки с иностранным участием не примут решение покинуть стратегически важный для них российский рынок.

Очевидно, что на сегодня банки с иностранным участием не намерены расширять масштабы деятельности, и будут ждать более благоприятной конъюнктуры рынка». На наш взгляд, такая точка зрения, безусловно оправдана, особенно если сопоставить её с анализом динамики количества кредитных организаций с иностранным участием в Российской Федерации (неоспоримым является тот факт, что снижение количества действующих банков с иностранным участием в России произошло из-за изменения внешнеполитической ситуации страны и ввода санкций).

В связи с приведенными выше оценками, считаем логичным предположить, что важным стимулом к расширению активной деятельности иностранных банков в нашей стране может стать как снижение политической напряженности, так и снятие санкций, и, кроме того, важную роль может сыграть также ускорение темпов экономического роста России. Тем не менее, нынешняя внешнеполитическая обстановка пока не позволяет надеяться на скорую смену стратегии иностранных банков.

Еще одной тенденцией в деятельности кредитных организаций с иностранным участием на российском рынке является изменение структуры предоставляемых услуг. На сегодня отчетливо прослеживается рост корпоративного портфеля у большинства банков с иностранным участием в капитале (наглядный пример - деятельность Росбанка, входящего во французскую финансовую группу Societe Generale Group).

Н.Э. Андронова справедливо замечает, что «В сложившейся ситуации сложно делать прогнозы и большинство банков с иностранным участием в капитале не рассчитывают на существенный рост портфеля. Следовательно, основная задача банковского сектора состоит в повышении эффективности бизнеса, за счет работы над качеством портфеля. Большинство банков с иностранным участием намерено полностью сосредоточиться на продуктах и услугах для крупного корпоративного бизнеса и международных компаний, работающих в России».

В качестве одного из приоритетных направлений развития международного бизнеса, считаем целесообразным обозначить необходимость создания системы открытых инноваций в технических университетах России, что будет являться непременным и крайне важным условием для успешной интеграции науки в международный бизнес. Крайне важно при проработке механизмов реализации данного направления развития и интеграции международного бизнеса и науки, - использовать опыт зарубежных стран, зарубежных университетов и крупных компаний.

Уровень связи университета и бизнеса - это один из основных критериев оценки международной деятельности вузов - может быть реализован через модель «Открытых инноваций» (OI), предложенную профессором университета Беркли Г. Чесбро. Концепция OI исходит из предположения, что крупные компании (в том числе ТНК и совместные предприятия) являются источником спроса на инновации, а малые предприятия и университеты обеспечивают их предложение. Реализация такой концепции в технических университетах в зарубежных странах позволяет увеличить спрос на его разработки, что в свою очередь позволяет повысить позицию в мировых рейтингах.

В настоящее время более 700 мировых корпораций (BP, Boeing, Du Pont, Ford Motor, Google, Intel, Novartis, Samsung, Sanofi, Shell, Siemens, TOTAL и др.) работают с профессорами и студентами Массачусетского технологического института. 706 новых единиц инновационных систем (ИС) принесли доход в размере $148 млн.; выпускники MIT создали более 25000 компаний, более 3, 3 млн. рабочих мест и более $2 млрд. ежегодного дохода. Национальный научный фонд США ставит MIT первое место в категории «финансируемые исследования за счет предприятий» среди всех учебных заведений страны, исключая медицинские факультеты.

Организация предпринимательского духа и развитие концепции открытых инноваций в структуре MIT реализуется через работу: Deshpande Center, The MIT Industrial Liaison Program, Technology transfers office, Technology License office, Office of Sponsored Programs, Martin Trust Center for MIT Entrepreneurship, i-teams, Venture monitoring service.

Ключевыми темами при обсуждении нужд предприятий являются: мониторинг превосходства в технологиях, обмен информацией о текущих исследованиях, разработка стратегических планов, обсуждение вопросов кадрового найма и пр.

Разработки Кембриджского университета стали основой создания 1500 компаний с годовым оборотом £11, 8 млрд. За последние пять лет доход от лицензирования, консалтинга и операций с активами достиг £46 млн., из которых более £38 млн. было возвращено университету и исследователям. Основными подразделениями, реализующими модель открытых инноваций являются: Cambridge Enterprise и Institute for Manufacturing.

Основная деятельность Cambridge Enterprise (СЕ) - помощь университетским изобретателям, инноваторам и предпринимателям в улучшении их идей и концепций для большего коммерческого успеха на рынке; а также продвижение наиболее перспективных идей через защиту прав интеллектуальной собственности, лицензирование, консалтинг и создание спинаутов. В 2011 году было профинансировано 44 проекта. Основными задачами СЕ являются:

построение прочных взаимоотношений с университетскими учеными и взаимное управление наиболее перспективными проектами;

формирование измеряемой финансовой устойчивости, приносящей долгосрочные выгоды ученым, факультетам и университету;

привлечение партнеров (инвесторов и промышленников) для коммерциализации университетских изобретений.

Ключевыми направлениями деятельности Cambridge Enterprise являются:

организация образовательных программ, направленных на поддержку коммерциализации технологии;

эффективная работа с изобретателями, поддержка их устремлений, управление конфликтами и достижение синергии в работе;

поиск лучших партнеров для продвижения идеи;

согласование справедливых и целесообразных условий трансфера технологий и проведение переговоров с потенциальными покупателями.

Затраты на НИОКР в Оксфордском университете в 2012 году составили £501 млн. ИС университета управляет дочерняя компания - Isis Innovation. Коммерциализация идей осуществляется тремя путями: патентование, лицензирование и создание спинаут компаний». В состав Isis Innovation входят две основные бизнес-единицы: Oxford University Consulting (обеспечивающая доступ к экспертам различных областей и междисциплинарной исследовательской базе); и Isis Enterprise (отвечающая за трансфер технологий и менеджмент инноваций для клиентов из частного и государственного секторов по всему миру).

Реализация модели открытых инноваций в российских технических университетах может проходить также через широкое заимствование и применение на практике широкого круга образовательных программ (i-Teams) и мероприятий, способствующих демонстрации результатов работы ученых совместно с промышленными предприятиями. Также предлагается организация и проведение различных предпринимательских конкурсов, принимая участие в которых студенты и сотрудники университетов могут привлекать капитал для реализации своих технологических проектов через образование стартапов.

**Заключение**

Современное экономическое развитие открывает новые возможности: глобализация бизнеса и повсеместное распространение информационно-коммуникационных технологий существенно упрощает выход компаний за пределы их национальных юрисдикций, позволяет активно включаться в предпринимательскую деятельность и индивидуальным хозяйствующим субъектам, которые могут быть как частными инвесторами - фрилансерами, так и собственниками некорпоративных форм организации бизнеса. Есть масса примеров из бизнес-практики, подтверждающих, что от нового нестабильного состояния мировой экономики, для которого характерны различные коллапсы, можно не только проиграть, но и выиграть.

Так, глобальная эпидемия (или ее видимость) свиного гриппа принесла ощутимые доходы фармацевтическим компаниям - производителям противовирусных препаратов; пострадавшая от землетрясений и цунами Япония к радости производителей сжиженного газа структурно изменила свою энергетическую отрасль, отказавшись от ранее доминировавших в ее энергобалансе атомных электростанций; проблемы исландской и кипрской банковских систем, ставших жертвами эскалации долгового кризиса в Европе, открыли новые возможности для процветания других офшорных финансовых юрисдикций - Швейцарии, Нидерландов, Люксембурга, Латвии; падение доходов населения, пострадавшего от глобального кризиса, привело к сокращению пассажиропотока традиционных авиакомпаний с высокими ценами на билеты, но серьезно стимулировало бизнес авиакомпаний-дискаунтеров.

Подобные примеры можно продолжать, но важно подчеркнуть, что трудные времена в развитии были всегда, и никогда никакие трудности не останавливали поступательное движение науки, техники и бизнеса вперед, к новым достижениям.

Кроме того, низвержение с пьедесталов прежних лидеров дает шанс на успешное развитие другим странам и хозяйствующим субъектам, их представляющим. Во время финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг. новыми активами в виде сырьевых, промышленных и высокотехнологичных компаний в Европе, США, Азии и Океании обзавелся Китай, а благодаря накопленным в период высоких цен на нефть и газ финансовым ресурсам серьезным глобальным игроком на различных рынках стала и Россия.

Перед принятием окончательного решения по санации банковской и финансовой системы Кипра в марте 2013 г. представители Европейской комиссии и министр финансов Кипра посетили Москву, являющуюся важным кредитором и инвестором в экономику Кипра. Согласно рейтингу журнала Fortune российская компания «Газпром» возглавляет список самых прибыльных компаний мира, а на созданный в партнерстве с ведущими зарубежными авиастроителями новый российский региональный самолет «Сухой Суперджет» уже есть немало покупателей и в Европе, и в Америке, и в Азии. Даже в виртуальном мире российская сеть «ВКонтакте» стала одной из немногих, кто устоял в жесткой конкурентной борьбе перед зарубежными социальными сетями.

Тем не менее, в области международного бизнеса России и российским хозяйствующим субъектам еще есть над чем работать. Слишком низкими оказываются и конкурентные позиции как всей страны в целом, так и представляющих­ ее компаний, и чрезвычайно ограничен перечень отраслей национальной экономики, в которых Российская Федерация является игроком глобального уровня. Соответственно, тщательно взвешенный, осмысленный подход к формам и методам ведения международного бизнеса отечественными предпринимателями мог бы расширить возможности и финансовые результаты деятельности российских компаний, которым, несомненно, есть что предложить не только внутренним, но и внешним потребителям.

Кроме того, модели партнерства в рамках международных деловых операций способны помочь в заимствовании передовых зарубежных технологий и управленческого опыта, равно как и в привлечении зарубежного капитала для реализации бизнес-проектов на территории РФ. Наконец, взаимодействие России с ведущими международными экономическими организациями открывает новые возможности для развития международного бизнеса. Вступление России в 2012 г. в ВТО расширяет горизонт внешнеэкономической деятельности отечественных хозяйствующих субъектов в области международной торговли товарами (услугами), трансферта интеллектуальной собственности и в сфере взаимодействия с зарубежными инвесторами.

Конечно, каждая компания в любом виде деятельности стремится быть международной: это и новые рынки, и дополнительные доходы, и престиж. Но далеко не каждая фирма оказывается в состоянии стать успешным игроком мирового уровня. Иногда в процессе выхода на зарубежные рынки совершаются грубые ошибки, и успешная в недалеком прошлом на своем национальном рынке компания становится банкротом именно по причине своих международных бизнес-операций. Поэтому надо четко представлять себе, в каких случаях международный бизнес уместен, а когда следует остерегаться деловой активности за рубежом и удерживаться от непосредственного взаимодействия с зарубежными инвесторами. Стоит знать и правовые аспекты ведения глобальной коммерческой деятельности: соответствующие возможности и ограничения. Вопросы маркетинга, стратегии, а также правового регулирования чрезвычайно важны в международном бизнесе. Под реализуемую стратегию стоит подбирать и наиболее адекватную структуру бизнеса, модель осуществления бизнес-операций и способ их финансирования. Полезно знать и соответствующие теоретические концепции ведения международного бизнеса: они помогут оценить имеющийся­ потенциал и правильно принимать управленческие решения. Не лишними окажутся и рискменеджмент, и грамотное налоговое планирование. И, конечно, стоит обращать внимание на лучший опыт как стран, так и компаний, их представляющих, и остерегаться от повторения чужих ошибок.

**Список использованных источников**

1. Аллахвердиева М.А. Регулирование транснационального бизнеса в условиях международной экономической интеграции // Экономика и предпринимательство. - 2015. - № 6-2 (59-2). - С. 906-909.

. Александров А.Р. Международный электронный бизнес как основа достижения синергетического эффекта интеграции ЕАЭС // Евразийская экономическая перспектива. Сборник докладов. Под редакцией И.А. Максимцева. - 2016. - С. 173-179.

. Андронова Н.Э. Воздействие финансовой глобализации на трансформацию мировой финансовой архитектуры // Закон и право. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014, № 2. - С. 14-16.

. Архитектура финансов: геополитические дисбалансы и потенциал развития национальных финансовых систем: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции 14-15 апреля 2015 года / Под науч. ред. И.А. Максимцева, А.Е. Карлика, В.Г. Шубаевой. - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. - 738 с.

. Ахмедов А.Э. Формирование механизма управления интеграционным развитием предприятий пищевой промышленности в современных условиях хозяйствования (монография) / А.Э. Ахмедов, М.А. Шаталов. - Воронеж: ВЭПИ, 2013. - 136 с.

. Витебский В. Пути интеграции российской экономики. / В.Витебский, Е. Куличков, Н. Лифанов, Ю. Шатраков //Экономические стратегии. - 2014. - № 2. - С. 99-107.

. Взаимодействие государства и бизнеса: учебное пособие / Л.А. Добрынин, Марковская Е.И., Медведь А.А., Привалов Н.Г., Рагимова Н.С., Троицкая И.В. - СПб: Издательство СПбГЭУ, 2014. - 192 с.

. Воронин И.И. Современная система взглядов на концепцию кросскультурного менеджмента бизнеса // Регион: системы, экономика, управление. - 2013. - № 2 (21). - С. 67-70.

. Воронина Н.В., Воронина А.М. Международный офшорный бизнес и антиофшорное регулирование в российской федерации // Дайджест-финансы. - 2007. - № 2. - С. 40-50.

. Герчикова И.Н. Международные экономические организации: регулирование мирохозяйственных связей и предпринимательской деятельности. Учеб. пособие. - М.: Издательство АО «Консалтбанкир», 2012. - 572 с.

. Глобализация мирового хозяйства: учеб. пособие / под ред. М.Н. Осьмовой, Г.Н. Глущенко. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 389 с.

. Глобализация мировой экономики // Портал www.Grandars.ru. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.grandars.ru/college/sociologiya/globalizaciya.html (дата обращения: 20.11.2016).

. Голованова С.В. Международная торговля в развитии российских товарных рынков: монография / С.В. Голованова. - М.: Форум, 2014. - 192 с.

. Гриффин Р.У., Пастей М.У. Международный бизнес. Учебное пособие. - 4-е издание. - СПб.: Издательский дом «Питер». 2006. - 1088 с.

. Гудовская Л.В., Киевич А.В. Современные модели и перспективы развития международного банковского бизнеса// Мировая экономика и международные экономические отношения. - 2013. - №2(99). - С. 169-213.

. Гурнина Д.А. Брендинг как фактор корпоративных конкурентных преимуществ в международном бизнесе // Вестник МГОУ. Серия «Экономик аи право». - 2012. - № 3(5). - С. 5-12.

. Дагаев А.А. Международные стратегические альянсы в автомобильной промышленности России // Менеджмент в России и за рубежом. - 2012. - № 2. - С. 74-78.

. Данилов Р.В. Государственное регулирование системы налоговых отношений в сфере международного бизнеса: диссертация... кандидата экономических наук: 08.00.01. - Москва, 2011. - 160 с.

. Дементьева А.Г. Практика принятия решений в глобальном бизнесе. Учебное пособие / Московский гос. ин-т международных отношений (ун-т) МИД России. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2014. - 336 с.

. Динамика экспорта товаров и услуг из России и импорта товаров и услуг в Россию // Новостной портал Newsruss. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://newsruss.ru/doc/index.php (дата обращения: 20.11.2016).

. Златкин И.Г. Американское антикоррупционное законодательство в международном бизнесе // Проблемы регулирования частноправовых отношений на современном этапе. Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции: 26 апреля 2013г. / Сост. В.П. Очередько, К.Г. Сварчевский. СПб: Северо-Западный филиал ФГБОУВПО «Российской академии правосудия», 2013. - С. 243-251.

. Импортозамещение - не цель, а результат // Информационно-аналитический портал Russia-today.ru. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.russia-today.ru/article.php?i=1119 (дата обращения: 21.11.2016).

. Карагулян Е.А. Перспективы развития международного банковского бизнеса в России // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». - 2015. - Том 7, №6. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://naukovedenie.ru/PDF/88EVN615.pdf (дата обращения: 15.11.2016 г.)

. Кислицына Н.Ф. Развитие системы международного права на современном этапе. - Москва: URSS, 2014. - 152 с.

. Климовец О.В. ТНК сегодня диверсификация деятельности ТНК // Российское предпринимательство. - 2009. - № 10-1. - С. 16-19.

. Климовец О.В. Интеграция России в мировое хозяйство через развитие международного кооперирования в форме стратегических альянсов. В сб.: Россия: экономические проблемы в условиях глобализации: сборник материалов X Международной научно-практической конференции / редколлегия: Е.Н. Криулина (отв. ред.) и др., 2015. - С. 43-48.

. Костин К.Б. Современная Россия в международном бизнесе: перспективы и риски курса на импортозамещение // Архитектура финансов: геополитические дисбалансы и потенциал развития национальных финансовых систем: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции 14-15 апреля 2015 года / Под науч. ред. И.А. Максимцева, А.Е. Карлика, В.Г. Шубаевой. - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. - С. 527-530.

. Кошовий И.Н. Участие российских компаний в международном бизнесе. // Материалы V Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» 15 февраля-31 марта 2013 года. - 2013. - [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.scienceforum.ru/2013/21/1852

. Мажорина М.В. Транснациональные нормы в международном коммерческом обороте // Lex Russica. - 2014. - Т. XCVI. - № 10. - С. 1177-1184.

. Международный бизнес. Теория и практика: учебник для бакалавров / под ред. А.И. Погорлецкого, С.Ф. Сутырина. - М.: Издательство Юрайт, 2015. - 733 с.

. Международный бизнес: теория и практика управления: коллективная монография / [Шевченко И.В. и др.]; под ред. И.В. Шевченко и О.В. Никулиной; М-во образования и науки Российской Федерации, Кубанский гос. ун-т. - Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2013. - 435 с.

. Михалкин В.А. Международный бизнес: учебное пособие / В.А. Михалкин. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 320 с.

. Международный бизнес: учебное пособие / В.К. Поспелов [и др.]; под ред. В.К. Поспелова. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.

. Николаева Ю.В., Боголюбова Н.М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен: учебное пособие. - СПб: Издательство: «СПбКО», 2014. - 416 с.

. Павлов П.В. Россия в международном бизнесе: быть или не быть? // Материалы международной научно-практической конференции «Экономическое развитие России: драйвер роста или генератор вызовов». - Сочи, 27-31 января 2016 г. - Краснодар: Изд-во: Кубанский государственный университет, 2016. - С. 123-126.

. Расщупкин П. Роль и цели стратегических альянсов на фармрынке / П. Расщупкин, Т. Кублицкая //Аналитика фармрынка. - 2012. - №5 (103). - С. 47-52.

. Решетникова Е. 40% ВВП России создается за счет экспорта сырья // Newsland. 07.11.2011. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://newsland.com/news/detail/id/818154/ (дата обращения: 21.11.2016).

. Рейтинг Fortune Global 500 недосчитался трех российских компаний. 23.07.2015 г. // Сетевое издание «Информационное агентство «Финмаркет». - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.finmarket.ru/news/4071211 (дата обращения: 20.11.2016).

. Рейтинг Fortune Global 500 - ведущие корпоративные игроки на глобальных рынках. 16.08.2016 г. // Информационно-аналитический портал «Мировые финансы». - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://global-finances.ru/krupneyshie-kompanii-mira-2016/ (дата обращения: 20.11.2016).

. Руйга И.Р., Шрейдер А.С. Международное и национальное регулирование офшорного бизнеса в условиях глобализации мировой экономики // Научно-методический электронный журнал Концепт. - 2015. - № 5. - С. 161-165.

. Руйга И.Р., Шрейдер А.С. Современные аспекты регулирования офшорного бизнеса на международном уровне // Проблемы современной экономики (Новосибирск). - 2013. - № 11. - С. 35-39.

. Смагина Н.Н. Международное бизнес-взаимодействие в современных условиях глобализации мировой экономики: диссертация... кандидата экономических наук: 08.00.14.- Ростов-на-Дону, 2015. - 193 с.

43. Смагина Н.Н. Проблемы и тенденции трансформации мировой экономики: монография / Н.Н. Смагина, Н.Д. Елецкий, Е. Коварова, Т.В. Жукова и др. - Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2015. - 273 с.

. Семёнова А.С. Культурное разнообразие в международном бизнесе // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XLIV междунар. студ. науч.-практ. конф.- [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://sibac.info/archive/economy/7(44).pdf (дата обращения: 14.11.2016).

. Ткачев В.А. Международный бизнес. Учебное пособие. Под редакцией В.А. Черненко. - СПб.: Изд-во: «Нестор-История», 2012. - 452 с.

. Черненко В.А. Международный бизнес. Учебное пособие / Под ред. д.э.н., проф. В.А. Черненко.. - СПб.: Издательство: СПГУСиЭ, 2011. - 428 с.

. Чернышев Д.А. Виды стратегических альянсов в международном бизнесе // Научный Вестник МГИИТ. - 2012. - №5. - С. 61-66.

. Чернышова О.В. Участие российских компаний в международных стратегических альянсах: диссертация... кандидата экономических наук: 08.00.14. - Москва, 2006. - 193 с.

. Яндиев А.Т., Илюхина И.Б. Интеграционные процессы в развитии международного бизнеса // Территория науки. - 2013. - № 2. - С. 167-173.

50. Academic Ranking of World Universities (ARWU ). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа:- http://www.shanghairanking.com/ARWU-Methodology-2012.html

. Cambridge Enterprise. Seed Funds [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.enterprise.cam.ac.uk/university-community/seed-funds/

. Chesbrough H.W. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. - Boston: Harvard Business School Press, 2003. - 280 p.

. CRIM. DIV. OF THE U.S. DEPT. OF JUSTICE & ENFORCEMENT DIV. OF THE SEC & EXCHANGE COMM’N, A RESOURCE GUIDE TO THE U.S. FOREIGN CORRUPT PRACTICES ACT (2012) [Документ разъясняющий Закон, выпущенный Департаментом юстиции и Комиссией по ценным бумагам и биржам, - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.justice.gov/criminal/fraud/fcpa/guide.pdf

. Daniels John D. International business: environments and operations/John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan.-15th ed. - Pearson, 2015. - 897 p.

. Department of Justice, FCPA and Related Enforcement Actions, Chronological List. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.justice.gov/criminal/fraud/fcpa/cases/2012.html

. Foreign Corrupt Practices Act of 1977, 15 U.S.C. § 78dd-1, et seq.

. Gassmann O., Enkel E., Chesbrough H.W. The future of open innovation // R&D Management 40 (3). - Oxford, UK., 2010. - P. 213-221.

. Hollensen S. Global Marketing. - 7-th Edition. - Publisher: Pearson, 2016. - 872 p.

. Johanson J., Mattson L. Internationalization in industrial systems // Strategy in Global Competition / Ed. by N. Hood, J. Vahlne. Beckenham: Croom Helm, 1988.

. Kelly K. New Rules for the New Economy. Ten Radical Strategies for a Connected World. / K. Kelly. - N.Y.: Penguin Books, 1998. - 324 p.

61. MIT Deshpande Center. Our Impact [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://deshpande.mit.edu/about/our-impact

. Neuliep J.W. Intercultural communication: A contextual approach. - Sage Publications, 2014. - 496 p.

. The Global Innocation Index // https://www.globalinnovationindex.org

. UNCTAD Trade and Development Report 2007. Geneva, 2007. P. XIII.

. Weismann Jordan. The Corruption Law That Scares the Bejesus out of Corporate America // THE ATLANTIC (Apr. 25, 2012). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.theatlantic.com/business/archive/2012/04/the-corruption-law-that-scares-the-bejesus-out-of-corporate-america/256314/

**Приложения**

**Приложение 1**

**ТОП-25 крупнейших ТНК из списка Fortune Global 500 за 2014 г.**



**Приложение 2**

**Уровень транснационализации стран в 2014 г.**



**Приложение 3**

**Динамика привлеченных и вложенных ПИИ по группам стран.**



**Приложение 4**

**Доля нерезидентов в совокупном уставном капитале банковской системы Российской Федерации.**



**Приложение 5**

**Динамика количества кредитных организаций в Российской Федерации.**



**Приложение 6**

**Четыре варианта интернационализации фирмы.**



**Пояснение:** Позиция фирмы в сети будет главным образом зависеть от степени интернационализации компании и степени интернационализации отрасли, в которой она осуществляет свою деятельность. Степень интернационализации отрасли отражает количество и силу связей между субъектами сети внутри данной отрасли. Сочетание двух параметров дает матрицу, состоящую из четырех ячеек:

) «Рано стартующий». Фирма в положении «рано стартующего» имеет малозначимые отношения с партнерами в иностранных сетях. Слабая сторона позиции «рано стартующего» заключается в том, что фирма имеет незначительные знания об иностранных рынках, что предполагает значительные затраты на информацию и адаптацию к новым зарубежным партнерам.

) «Международный в одиночестве». Ситуация «международный в одиночестве» характеризуется высокой степенью интернационализации фирмы, иными словами, фирма уже имеет некоторое количество значительных связей с партнерами в иностранных сетях.

) «Поздно стартующий». Позиция «поздно стартующего» прямо противоположна позиции «международного в одиночестве»: фирма с низкой степенью интернационализации находится в высокоинтернационализированной сети.

) «Один среди равных». В данной ситуации и фирма, и отрасль характеризуются высокой степенью интернационализации. Фирма имеет богатый опыт деятельности на иностранных рынках, а также опыт интеграции деятельности между национальными сетями.

**Приложение 7**

**Характеристика различий национального и мирового хозяйства**.



**Приложение 8**

**Динамика создания ТНК и их филиалов.**



**Приложение 9**

**Современная система международного бизнес-взаимодействия.**

