

*Молдован Артём Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент,
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна кафедра экономической теории*

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС: ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ, ФОРМЫ ВЫХОДА КОМПАНИИ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Аннотация: Целью почти любой организации должно являться развитие, в том числе экспансия новых рынков и борьба за них. Исходя из этого, одна из целей компаний — это выход на международный рынок. Такое решение создает огромное количество новых проблем, большинство из которых тесно связаны с таким термином как «взаимодействие». Компаниям приходится налаживать связи, интернационализироваться через взаимодействие с окружающей средой. Кроме этого, на иностранных рынках присутствует другая национальная культура, к которой также приходится адаптироваться и брать во внимание.

Ключевые слова: международный бизнес, компании, иностранный рынок, инвестиции, договор, экспорт, патент.

Annotation: The goal of almost any organization should be development, including the expansion of new markets and the struggle for them. Based on this, one of the goals of the companies is to enter the international market. Such a solution creates a huge number of new problems, most of which are closely related to such a term as "interaction". Companies have to establish connections, internationalize through interaction with the environment. In addition, there is another national culture in foreign markets, which also has to be adapted and taken into account.

Keywords: international business, companies, foreign market, investments, contract, export, patent.

Международный бизнес — это предпринимательская деятельность, связанная с процессом интернационализации, преимущественной сферой действия которой являются международные экономические отношения [1]. Целью почти любой организации должно являться развитие, в том числе экспансия новых рынков и борьба за них. Сегодня предпринимательская деятельность так или иначе связана с международным бизнесом. В основном это происходит благодаря процессам глобализации, ведь организация может разрабатывать продукт в России, а производить его в Китае, а менеджеры этой компании будут вообще из третьей страны. Кроме этого, любая предпринимательская деятельность сегодня так или иначе связан с понятием международного бизнеса, так как даже те бизнес-структуры, которые производят и реализуют товар на внутреннем рынке, сотрудничают, например, в части приобретения сырья и комплектующих с внешних рынков, то есть можно сказать о том, что деятельность таких организаций связана с ведением деятельности на рынке двух и более государств. Все это относится к такому понятию, как «интернационализация». Данное понятие делится на виды: внутренне ориентированную и внешне ориентированную. Случай, когда компания не осуществляет выход за пределы своей национальной экономики в торговой деятельности, относится к внутренне ориентированному виду [2]. Говоря о втором типе, здесь одна из целей компаний — это выход на международный рынок. Но здесь важно отметить, что способы проникновения на иностранные рынки могут быть разные. Принято выделять три модели международного бизнеса:

- Экспортно-Импортная;
- Лицензионная;
- Инвестиционная.

Первую модель международного бизнеса, которая указана выше можно охарактеризовать как форму, суть которой заключается в обязательном присутствии продавца и покупателя, которые в свою очередь осуществляют взаимодействие с друг другом на основе заключения между ними договоров

купли-продажи товаров. Последнее является важным фактором рассматриваемой нами модели международного бизнеса. Само же название способа проникновения на иностранный рынок можно подразделить на два понятия: импорт и экспорт. Предлагаю коротко охарактеризовать каждый из них. Экспорт определяется как деятельность, связанная с продажей за границу и последующим вывозом товаров для передачи их в собственность иностранному лицу(контрагенту). Под импортом же понимается деятельность, связанная с покупкой и последующим ввозом в страну товаров для их последующей реализации на внутреннем рынке. Соответственно, существование этих двух понятий в данной модели говорит нам об импортных и экспортных сделках.

Вторая форма международного бизнеса называется лицензионной. Ее отличительной чертой является то, что объектом деятельности является продукция с существенной долей интеллектуальной составляющей. Именно по этой причине компаниям необходимо быть осторожными при выходе на рынок тех стран, где защита прав интеллектуальной собственности не обеспечена. Наиболее привлекательными в этом плане являются такие страны, как Швейцария, Гонконг, Кипр и так далее. Возвращаясь к лицензионной форме международного бизнеса, стоит сказать о том, что данный способ не требует существенных издержек, поэтому и является широко используемым. Она представляет собой деятельность, которая осуществляется на основе международного соглашения, согласно которым лицензиар предоставляет лицензиату право пользоваться его технологиями или каким-либо ноу-хау за определенное финансовое вознаграждение. Такие вознаграждения носят названия: роялти, паушальный платеж, передача ценных бумаг и другие. Среди предмета лицензионного способа проникновения на международные рынки принято выделять [3]:

1. Патенты на изобретения и полезные модели;
2. Авторские права на книги, фильмы и так далее;
3. Торговые знаки;
4. Ноу-хау.

Говоря о патентах, стоит сказать о том, что существуют определенные критерии патентоспособности. Например, новизна, изобретательский уровень, практическая применимость. Исходя из этого, можно заключить, что патент направлен на повышение эффективности деятельности компании и качества. Также патент защищает организацию от воспроизводства товара конкурентами. Другой аспект, на который нужно обратить внимание при лицензионном способе — это лицензионный платеж. Он является одним из основных условий соглашения и содержит информацию об условиях вознаграждений за предоставления лицензиату права на использование технологий, ноу-хау и так далее. Кроме этого, условия самого платежа могут быть различны друг от друга. Например, для лицензиара из Сирии, Ямайки, Пакистана и других схожих стран по такому критерию, как «уровень политического риска» будет установлен размер вознаграждения, который не будет связан с фактическим использованием лицензии, а будет заранее указан и установлен в договоре. К данной группе вознаграждений можно отнести платеж наличными, паушальный платеж, предоплата и передача ценных бумаг. Также такие размеры вознаграждения устанавливаются, исходя из оценки ожидаемых прибылей лицензиара. К другой группе лицензионных платежей относятся те, которые определяются на базе фактического использования лицензии. К ним относятся роялти, участие в прибыли лицензиата и так далее.

Третьей моделью международного бизнеса является инвестиционная форма. Ее отличительной чертой является перемещение капитала из одной страны в другую с целью ведения в последней активной предпринимательской деятельности. Перемещение капитала осуществляется за счет прямых инвестиций, рост которых можно объяснить усиливающимися процессами интернационализации. Вскоре данное понятие будет рассмотрено более подробно. Данный процесс характерен для транснациональных компаний, на долю которых как раз и приходится большая части прямых зарубежных инвестиций. К источникам прямых зарубежных инвестиций относятся:

- Акционерный капитал – приобретение иностранным инвестором

доли акций предприятия за рубежом;

- Реинвестированная прибыль – процент прибыли инвестирующей компании;
- Внутрифирменные кредиты;
- Долговые сделки, то есть заемные операции между материнской компанией и структурным подразделением [4].

Прямые зарубежные инвестиции могут осуществляться следующими путями:

- Создание нового предприятия;
- Приобретение действующего предприятия;
- Участие в совместных предприятиях.

В теории международного бизнеса логика существования прямых зарубежных инвестиций объясняется с помощью электрической парадигмы Дж. Даннинга. Суть парадигмы заключается в объяснении причины того, почему для некоторых транснациональных компаний экспорт является менее предпочтительным по сравнению с прямыми зарубежными инвестициями. Условия этого можно поделить на три группы: собственность (ownership)-местоположение(location)-интернационализация(internalization). Именно по первым буквам трех групп, данную парадигму называют OLI-парадигмой. Предлагаю кратко рассмотреть каждую из трех групп:

1. Собственность: данная группа определяет преимущества фирмы, которые заключены в обладании материальными и нематериальными активами, менее доступными для других фирм. Иными словами, группа показывает нам наличие конкурентных преимуществ компании.

2. Местоположение: зависит от экономики государства, в противном случае иностранный рынок был бы привлекательней с точки зрения экспорта продукции. Исходя из местоположения можно определить, где производство конкретного товара будет наиболее выгодным: за рубежом или в своей стране.

3. Интернационализация: без выполнения какой-либо операции внутри фирмы компании проще выделить лицензию на производство своей продукции

другому предприятию. Именно поэтому интернационализация является больше следствием реализации первых двух условий, так как ее преимущества определяют преимущества компании от владения собственностью за рубежом благодаря созданию там дочерней компании.

Электрическая парадигма призвана отразить степень и характер международного производства, которое финансируется за счет прямых инвестиций ТНК, связывая преимущества собственности, размещения и интернационализации ТНК. Данная парадигма относится к статическим теориям международного бизнеса и, в целом, характеризует и объясняет функционирование фирмы в международной изменчивой среде. Вскоре мной будут рассмотрены динамические теории международного бизнеса.

Возвращаясь к инвестиционной форме, стоит также добавить, что данная модель связана с высокими рисками, вызванных в первую очередь отчуждением капитала зарубежного инвестора: замораживание счетов, конфискация и так далее. Именно поэтому важно принимать во внимание факторы привлекательности страны для размещения прямых инвестиций:

1. Законодательная база страны;
2. Уровень экономической и политической стабильности в стране;
3. Торговая политика государства;
4. Потенциал роста рынка;
5. Уровень инфляции;
6. Состояние торгового баланса.

Ниже представлены ТОП-10 стран по уровню притока прямых иностранных инвестиций, который составлен группой Всемирного банка в 2020 году.

Таблица 1. Страны-лидеры по притоку ПИИ, 2020 г.

Рейтинг	Страна	Размер ПЗИ, долл.
1	США	156 390 000 000
2	Китай	149 492 014 029
3	Гонконг	119 277 588 652
4	Сингапур	91 324 149 805

5	Индия	64 462 759 029
6	Люксембург	62 039 577 168
7	Германия	36 535 780 983
8	Ирландия	33 951 066 085
9	Мексика	29 849 224 138
10	Швеция	26 650 667 046

Таблица 2. Формы международного бизнеса

Способ проникновения	Преимущества	Недостатки
Экспортно-импортная модель	Низкий уровень финансового риска; низкие политические риски; возможность постепенного проникновения на рынок	Уязвимость к торговым барьерам; риски, связанные с логистикой; необходимость иметь посредника в некоторых странах
Лицензионная модель	Низкий уровень финансовых рисков; возможность входа без больших затрат; владение информацией о рынке, которая получена от лицензиата;	Ограниченный выход на рынок; зависимость от лицензиата; зависимость от уровня политической стабильности в стране; возможно нарушение прав интеллектуальной собственности
Инвестиционная модель	Наличие контроля; охват больших рынков	Необходимость больших инвестиций; высокие политические риски

Таким образом, нами была рассмотрена концепция статической теории международного бизнеса Дж. Даннинга, а также определены три формы международного бизнеса. Полученные результаты по последнему предлагается оформить в виде таблицы 2, которую находится выше. В ней отражены основные сходства и различия данных моделей.

Итак, выделяется три формы проникновения организации на внутренний рынок: экспорт, международное лицензирование и прямое зарубежное инвестирование. Говоря о первой форме, она является наиболее распространенной и надежной, так как суть данного процесса заключается в передачи товаров и услуг из одной страны в другую с целью дальнейшей продажи, либо использования. В лицензировании ключевую роль играет интеллектуальная собственность, так как суть данной формы заключается в передаче одной компанией прав на использование патентов на изобретения и полезные модели, авторских прав на книги, фильмы и так далее, торговые знаки,

ноу-хау. Стоит отметить, что предоставление такого права происходит за определенное вознаграждение. Условия самого платежа могут быть различны друг от друга. Например, для лицензиара из Сирии, Ямайки, Пакистана и других схожих стран по такому критерию, как «уровень политического риска» будет установлен размер вознаграждения, который не будет связан с фактическим использованием лицензии, а будет заранее указан и установлен в договоре. К данной группе вознаграждений можно отнести платеж наличными, паушальный платеж, предоплата и передача ценных бумаг. Также такие размеры вознаграждения устанавливаются, исходя из оценки ожидаемых прибылей лицензиара. К другой группе лицензионных платежей относятся те, которые определяются на базе фактического использования лицензии. К ним относятся роялти, участие в прибыли лицензиата и так далее. Наконец, процесс ПЗИ-третья форма проникновения на международные рынки, зарекомендовавшая себя как наиболее сложный с точки зрения производственных и финансовых рисков. ПЗИ подразумевает наличие долгосрочных обязательств компании перед страной-реципиентом.

Библиографический список:

1. Мировая экономика и международный бизнес: учебник/под общ. Ред. В.В. Полякова и Р.К. Щенина: КноРус, 2005. С. 44.
2. Прохороов А.В. интернационализация как ведущая ценность академического сообщества; № 3 (037), 2012.
3. Карачев И.А. Транснациональные корпорации в современной мировой экономике: учебник. Ярославль, 2019.
4. Поспелов В.К. / Международный бизнес //2021. С. 514.
5. Сутырин С.Ф., Погорелецкий А.И./ Международный бизнес. Теория и практика //2015, С. 726.