

УДК 330.88

Архипова Ангелина Александровна

магистрант направления подготовки «бизнес-информатика в высокотехнологичных отраслях экономики»
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Россия, Москва

Angelina A. Arkhipova

Master's student in the direction of training
"Business Informatics in High-Tech
Sectors of the Economy"
National Research Nuclear University MEPHI
Russia, Moscow

Котов Евгений Юрьевич

магистрант направления подготовки «бизнес-информатика в высокотехнологичных отраслях экономики»
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Россия, Москва
zhek.a.k@yandex.ru

Evgeniy Ur. Kotov

Master's student in the direction of training
"Business Informatics in High-Tech
Sectors of the Economy"
National Research Nuclear University MEPHI
Russia, Moscow
zhek.a.k@yandex.ru

ТЕОРИЯ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ

THE THEORY OF INTERNALIZATION OF INTERNATIONAL COMPANIES

Аннотация

Тема статьи посвящена теориям интернационализации в бизнесе и стратегии выхода на международные рынки, соблюдая законодательное право. Цель статьи заключается в поиске и анализе наиболее перспективных стратегий выхода на международные рынки. В статье анализируются наиболее популярные теории экономических школ и выявляются наиболее популярные стратегии. В исследовании применялись сравнительные методы исследования и статистический анализ. В результате были выявлены наиболее популярные бизнес-стратегии, применяемые компаниями.

Ключевые слова:

интернационализация, экономика, экономические школы, международное право в бизнесе

Abstract

The topic of the article deals with the theories of internalization in business and strategies of entering international markets, complying with the law. The purpose of the article is to find and analyze the most promising strategies for entering international markets. The article analyzes the most popular theories of economic schools and identifies the most popular strategies. The study used comparative research methods and statistical analysis. As a result, the most popular business strategies used by companies were identified.

Keywords:

internalization, economics, economic schools, international law in business

Введение

За последние 30 лет российские компании столкнулись с множеством новых вызовов, связанных с существенными сдвигами в политической и экономической ситуации в стране, появлением сильной конкуренции (во многих отраслях преимущественно со стороны иностранных компаний), изменениями в поведении потребителей и т.д. Если в начале российской «эпохи перемен» большинство отечественных фирм предпринимали шаги защитного характера, позволявшие им выжить, то в последние годы приоритеты изменились, на первый план вышли цели

роста компании, в том числе выход на международные рынки. В связи с этим вопросы интернационализации бизнеса становятся особенно актуальными, а одним из главных факторов успеха фирмы становится выбор наиболее эффективной международной стратегии [1].

Теория интернационализации

Среди множества исследований, посвященных проблемам интернационализации фирмы, существует два основных подхода к этой концепции - экономический (или статический) и динамический, рассматривающий интернационализацию как процесс.

Среди экономических школ, рассматривающих интернационализацию, наиболее популярными являются эклектическая парадигма Даннинга и теория конкурентных преимуществ наций Портера.

Эклектическая парадигма Даннинга утверждает, что интернационализация определяется реализацией трех групп преимуществ, отвечающих на три группы вопросов – почему, как и где [2].

1. Преимущества владения (почему?) относятся к накоплению невидимых активов (технологии, ноу-хау и т.д.);

2. Преимущества интернационализации (как?) относятся к способности фирм управлять и координировать внутрифирменную деятельность с целью увеличения добавленной стоимости (компетентное управление цепочкой создания стоимости);

3. Преимущества местоположения (где?) – к институциональным и производственным факторам, представляющим определенную географическую область.

Портер, анализируя влияние национальных условий на конкурентные преимущества фирм на международных рынках, выделил четыре основных аспекта, которые необходимо учитывать при принятии решений об интернационализации [3]:

1) ресурсы – степень развития ресурсов фирмы влияет на компетенцию фирмы в каждом конкретном типе внешней среды;

2) стратегия фирмы, структура и конкуренция - интенсивность конкуренции в каждой принимающей стране в значительной степени влияет на конкурентные преимущества и инновационные возможности фирмы;

3) спрос – его характеристики в принимающей стране серьезно влияют на конкурентную позицию фирмы;

4) вспомогательные (сопутствующие) ресурсы и виды деятельности – наличие и развитие сопутствующих отраслей (например, банковского дела) в принимающей стране также выступает в качестве фактора, влияющего на позицию фирмы.

Динамический подход в исследованиях интернационализации представлен различными стадийными моделями, рассмотрим три наиболее известных [4]:

- 1) модель интернационализации Upsala;
- 2) сетевая модель;
- 3) модель «рожденный глобалом»;

Модель интернационализации Upsala известна тем, что описывает, что многие организации постепенно достигают международного присутствия и что это происходит в двух аспектах: в географическом аспекте, начиная с близких к дому рынков и постепенно расширяясь на мировом рынке, демонстрируя растущую географическую диверсификацию, а также через переход от первоначального спорадического экспорта к окончательному созданию торговых и/или производственных филиалов на зарубежных рынках, демонстрируя растущую приверженность рынку. Модель Upsala также называют стадийной моделью, поскольку она описывает процесс интернационализации организации поэтапно, измеряемый по этим аспектам.

Сетевая модель описывает тип интернационализации, при котором организация осуществляет географическую экспансию путем установления отношений и сетей независимых участников на одном или нескольких зарубежных рынках. Сеть устанавливается через различные типы связей, которые могут быть личными юридическими экономическими или, возможно, техническими, отношения являются гибкими, что делает эту модель подходящей в среде с регулярно меняющимися изданиями [5].

Рожденные глобальными это теория, используемая для описания тех организаций, которые испытывают так называемую глобализацию с рождения они видят мир как один рынок и, как правило, любая адаптация продукта и/или других элементов маркетинг-микса очень ограничена как маркетологи мы часто видим, что международная экспансия многих компаний характеризуется комбинацией различных теорий интернационализации применяя эти теории мы можем получить понимание международной экспансии организации до сих пор мы представили обзор и получили базовое понимание трех различных теорий.

Соглашения об экономическом развитии

Распространенным способом ведения предпринимательской деятельности в принимающей стране являются инвестиционные контракты, которые обычно называют соглашениями об экономическом развитии. Они заключаются между правительством или его государственными структурами и частными иностранными инвесторами. Такие соглашения устанавливают хрупкий баланс между интересами договаривающегося государства, которое нуждается в технических навыках и ноу-хау иностранных специалистов, и интересами иностранного инвестора, который не желает идти на большой риск без соответствующих гарантий [6].

Объяснение этому кроется в том, что речь идет о сделках между государственным субъектом, с одной стороны, и частным субъектом, обычно гражданином промышленно развитой страны, с другой. Контракты между государствами или их государственными структурами и иностранными инвесторами, включая компании, охватывают широкий спектр коммерческой деятельности, которая может включать продажу или покупку сырьевых и промышленных товаров, аренду оборудования, заключение контрактов на реализацию проектов по развороту, приобретение технологий, добычу минеральных или нефтяных ресурсов, получение специализированных услуг и так далее.

В связи с тем, что государство обладает суверенитетом, частная договаривающаяся сторона имеет законный интерес в получении правовых гарантий. Таким образом, иностранные инвесторы, чтобы получить достаточную защиту от риска того, что их права будут аннулированы, а договорное равновесие нарушено в результате вмешательства государства, ищут эффективную систему, включающую механизм, обеспечивающий достаточную защиту от этого риска.

Механизм, который может быть применен для этого, можно разделить на три классификации [7]:

1) Международная группа по разрешению споров, которая может предоставить нейтральные решения, подлежащие исполнению в отношении государства, которое в основном находится за границей;

2) Оговорки о применимом праве для исключения внутренней правовой системы договаривающегося государства, полностью или частично;

3) Включение в договор того, что обычно называют «стабилизационной оговоркой», которая «замораживает» правовую систему договаривающегося государства и запрещает публичные высказывания.

Заключение

Должны ли экономические соглашения подчиняться местным или международным законам? Нельзя сказать, что правильно сваливать все отрасли бизнеса в один сегмент права. В мире существует огромное разнообразие услуг и продуктов для продажи, есть биржевые товары, а также уникальные услуги космического туризма. Каждый вид деятельности должен регулироваться тем рынком, на котором он имеет место. Мировой рынок подтверждает, что существующая система в бизнесе достаточно эффективна - пока компания работает на местном рынке, она подчиняется правилам и законам местного рынка. Если компания хочет выйти на международный рынок, она должна подчиняться правилам рынка, на который она собирается выйти. Отличный пример из истории – криптовалюта от Павла Дурова, которая подверглась жестокой критике и требованию закрыть проект со стороны властей США, когда Дуров собирался создать финансовый неконтролируемый сервис в рамках Telegram.

Список использованных источников

1. Buckley P.J., Casson M.C. The Future of the Multinational Enterprise. London: MacMillan. – 1976.
2. Johanson, J., Vahlne, J.E. "The Mechanism of Internationalization." International Marketing Review. – 1990. – vol. 7. – № 4 – P. 11-24.
3. Dunning J.N. The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Possible Extension. Journal of International Business Studies. – 1988. – vol. 19. – N 1. – P. 23 – 41.
4. Приведенные в статье реальные бизнес-ситуации основаны на материалах журналов "Эксперт" (1998 г. № 31), "Компания" (2000 г. № 110), "Город-N" (2002 г., 22 мая), Journal of Organizational Change Management (1998, № 4), а также ряда сайтов в Интернете.
5. Andersen O. On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis. Journal of International Business Studies. – 1993. – vol. 24. – P. 210-231.
6. Lecturer in Commercial Law for the Public Authority of Applied Education, Kuwait.

7. Lalive Jean, "Contracts between a State or a State Agency and a Foreign Company", 13 International and Comparative Law Quarterly, 1964, p. 990.