

УДК 339.92

ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ НОВЕЙШИХ ФОРМ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

¹Скрипнюк Д.Ф., ²Смелкова И.Ю., ¹Смелков К.А.

¹ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»,
Санкт-Петербург, e-mail: djamilyas@mail.ru, smeaspir@gmail.com;

²ФГКВООУ ВПО «Военная академия связи имени Маршала Советского Союза С.М. Буденного»,
Санкт-Петербург, e-mail: ingastudy@gmail.com

Прогрессивная глобализация и интернационализация хозяйственных отношений меняет среду международного партнерства и взаимодействия. Международный бизнес не только воспользовался глобализацией, но и способствовал ее развитию. В эпоху современных трансформаций появилось множество новых акторов, при участии которых формируются и активно развиваются новые формы ведения международного бизнеса. Процессы изменений создают проблемы, с которыми отдельные компании не справляются, однако в то же время они открывают возможности для новых форм сотрудничества. В международном бизнесе выбор правильной конструкции партнерства имеет важное значение для максимального успеха международной экспансии. То, с использованием каких способов и методов компания выстраивает свои отношения с партнерами, во многом зависит от ее возможностей и стратегии, а также от целевого рынка. Также формат сотрудничества определяется наличием местной и международной конкуренции, особенностями регулирования, отраслевой спецификой и т.д. С учетом вышесказанного статья посвящена рассмотрению основ и особенностей развития новейших форм международного бизнеса в условиях глобализации. Кроме того, в процессе исследования охарактеризованы такие формы сотрудничества на глобальном уровне, как нетчайзинг и аутстаффинг.

Ключевые слова: международный бизнес, глобализация, сотрудничество, партнерство, конкуренция

THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF THE NEWEST FORMS OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

¹Skripnyuk D.F., ²Smelkova I.Yu., ¹Smelkov K.A.

¹Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg,
e-mail: djamilyas@mail.ru, smeaspir@gmail.com;

²Military Telecommunications Academy named after Marshal of the Soviet Union S.M. Budennyi,
Saint Petersburg, e-mail: ingastudy@gmail.com

Progressive globalization and internationalization of economic relations are changing the environment of international partnership and interaction. International business has not only benefited from globalization, but has also contributed to its development. In the era of modern transformations, many new actors have emerged, with the participation of which new forms of international business are being formed and actively developed. The processes of change create problems that individual companies cannot cope with, but at the same time they open up opportunities for new forms of cooperation. In international business, choosing the right partnership design is essential to maximizing the success of international expansion. Which ways and methods a company builds its relationships with partners depends largely on its capabilities and strategy, as well as its target market. The format of cooperation is also determined by the presence of local and international competition, regulatory specifics, industry specifics, etc. In view of the above, the article is devoted to the consideration of the basics and peculiarities of the development of the newest forms of international business in the context of globalization. In addition, in the course of the study such forms of cooperation at the global level as netchising and outstaffing are characterized.

Keywords: international business, globalization, cooperation, partnership, competition

Мир развивается, а вместе с ним торговля и бизнес претерпевают огромные трансформации. Товары и услуги из любой страны сегодня доступны по всему миру, и, хотя корни глобализации уходят далеко в прошлое, этот аспект является совершенно новым. Международный бизнес – это мир, изобилующий как широким спектром возможностей, так и жесточайшей конкуренцией. Для того чтобы преуспеть на рынке, очень важно, чтобы продукция или услуги конкретного предприятия были лучше, чем у конкурентов. Старые методы и формы ведения дел часто становятся неактуальными и постоянно заменяются новыми. Это дает

все основания утверждать, что глобализация открыла мир новых перспектив, а также создала множество других факторов, которые предприятия и компании должны учитывать, если хотят занимать устойчивые позиции [1]. К числу таких факторов относятся новые формы международного предпринимательства.

Этапы создания добавленной стоимости в глобальной экономике и передача части работ на аутсорсинг, в соответствии с новыми возможностями более интеллектуального производства, вынуждают субъектов хозяйствования применять новые формы кооперации и сотрудничества, которые позволяют

преодолеть внешние и внутренние ограничения и масштабировать бизнес в транснациональном измерении. Не менее решающим фактором появления новых форм ведения международного бизнеса является технологическое давление, которое заставляет фирмы внедрять инновации в связи со все более коротким жизненным циклом продуктов и технологий и сопутствующим ростом затрат на исследования и разработки.

На рисунке представлена динамика использования транснациональными корпорациями европейских стран международных команд для развития бизнеса.

В свете вышеизложенного можно констатировать, что сегодня появление новых форм и масштабов кооперационных связей на международном уровне активизировалось по крайней мере по двум причинам. Во-первых, в промышленности, благодаря Индустрии 4.0, происходит все большая интеграция науки и производства, что стимулирует компании по-новому конструировать свои международные связи. Особую роль играют технические отношения между кооператорами, такими как специализированные конструкторские бюро, научно-исследовательские центры, предприятия, проводящие маркетинговые исследования, и т.д. Во-вторых, углубляющееся разделение труда заставляет устанавливать специфические внешние контакты и формы сотрудничества не только на этапе производства, но и на других фазах жизненного цикла продукции. Исходя из наблюдения за развитием кооперации в промышленности, можно отметить, что кооперационные сети все больше расширяются как по количеству сотрудничающих организаций, так и по масштабам существующих отношений.

Таким образом, выявление факторов появления новых форм международного бизнеса, их сущности и взаимосвязи с традиционными, приобретает особое значение, что и обуславливает выбор темы данной статьи.

Разработкой и исследованием взаимодействия международного бизнеса и глобальной экономики, в том числе и деятельности ТНК, занимаются много зарубежных и отечественных ученых, из числа которых можно выделить А.А. Демина, С.Н. Блудову, Д.Е. Терещенко, Н.П. Матыщину, В.А. Исачева, S. Collinson, P. Buckley, J. Dunning, G. Yip, F.M. Fai.

Вопросам трансформации форм международного бизнеса посвящены труды Е.Р. Непомнящей, С.С. Медведевой, О.А. Саповой, А.В. Шульгина, Angelito Calma, Gabriele Suder, Buckley, J. Peter, Mark Casson.

Стратегии расширения бизнеса в международном пространстве и используемые при этом вариации партнерства детально описываются Е.И. Козловой, В.А. Гаршиной, Т.Ю. Анопченко, В.И. Островским, P.J. Buckley, F. Burton, H. Mirza, F.N. Burton.

Однако, несмотря на растущий интерес к исследованиям транснациональной деятельности, отдельные концептуальные вопросы ее развития в эпоху цифровых трансформаций и развития Четвертой промышленной революции остаются дискуссионными. Отдельного внимания заслуживает определение факторов, повлекших за собой изменение традиционных форм международного бизнеса.

Цель исследования – рассмотреть основы и особенности развития новейших форм международного бизнеса в условиях глобализации.



Процент патентов, выданных европейским ТНК, с изобретениями из более чем одной страны [2]

Материалы и методы исследования

В качестве материалов использовались фундаментальные труды зарубежных и отечественных ученых, которые изучали особенности деятельности ТНК на международных рынках, проводили анализ глобальных форм сотрудничества и партнерства в различных сферах. Из числа методов следует выделить научную абстракцию, системно-структурный анализ экономических процессов и явлений, прогнозирование, обобщение и систематизацию.

Результаты исследования и их обсуждение

В процессе усиления глобализации и транснационализации хозяйственной жизни произошел значительный рост международного производства, которое охватывает практически все страны мира, характеризуется различными видами экономической деятельности, объединяет разнообразные по своему происхождению ресурсы [3]. Под международным бизнесом следует понимать деловые операции, которые осуществляются контрагентами двух или более стран и охватывают самые разнообразные коммерческие сделки, в том числе продажу, инвестиции, транспортно-логистические услуги, научные исследования и разработки и т.д.

Движущей силой системы международного производства выступают транснациональные корпорации, которые превратились в важный фактор мирового воспроизводственного процесса. Именно они играют ведущую роль в интернационализации производства, расширении и углублении связей между предприятиями разных стран мира.

Анализ современного состояния и особенностей ведения бизнеса в глобальном масштабе позволяет констатировать тот факт, что новые организационные формы международного бизнеса фокусируются не на самой компании, а на ее сети партнеров. Конкурентные преимущества субъекта хозяйствования формируются на основе реализации эффекта синергии, который достигается за счет объединения материальных и нематериальных активов, но при этом материальная составляющая теряет доминирующую роль в обеспечении конкурентных преимуществ, поскольку увеличивается роль нематериальных активов, в частности знаний и инноваций.

Новейшие формы международного бизнеса – это традиционные формы ведения предпринимательской деятельности в глобальном масштабе, которые трансформировались, приобретая новые качества за счет влияния глобализации, процессов интер-

национализации, научно-технологического прогресса, конкурентной борьбы и особенностей потребления товаров и услуг в разных странах.

Можно выделить следующие основополагающие факторы, которые предопределили развитие новейших форм международного бизнеса в условиях глобализации.

Во-первых, изменения в политических отношениях между странами. Смена подходов современных правительств к налаживанию внешнеэкономических связей открыла рынки внутри страны и за рубежом, в результате чего местная продукция начала конкурировать с международной, а предприятия приступили к освоению новых форм сотрудничества. Если проанализировать текущую ситуацию на рынке, то можно увидеть, что те страны, которые приняли открытый подход к международным брендам и открыли свои рынки для конкуренции с иностранной продукцией, смогли воспользоваться значительными преимуществами от глобализации. Их экономика получила существенный стимул к росту. Даже Китай, несмотря на протекционистскую политику открыл некоторые из своих рынков для прямых иностранных инвестиций и разработал стратегии и политику, благоприятные для иностранных инвестиций. Это вывело китайскую экономику на передовые позиции, а также привело к росту доходов на душу населения граждан страны [4].

Во-вторых, еще одним очень важным фактором, способствующим появлению новых форм международного сотрудничества, стал стремительный рост в области технологий. У компаний, ТНК, разработчиков ПО, промышленных гигантов появилась новая сфера взаимодействия – научные достижения и разработки. Эта сфера предопределила необходимость выхода за традиционные рамки торговых отношений и экономических связей, в результате чего возникли новые форматы партнерства, по типу нетчейзинга, субконтрактинга.

В-третьих, цифровая революция, которую подстегнула пандемия COVID-19. Связанные с ограничениями меры сдерживания способствовали повышению особой популярности цифровых платформ и электронной коммерции, которые в период кризиса позволили компаниям сохранить свою деятельность. Потрясения, вызванные коронавирусом, выявили необходимость усиления координации международных усилий как для использования преимуществ цифровой эпохи, так и для преодоления ее потенциальных ловушек.

В-четвертых, нехватка талантов. Сегодня предприятия, которые работают на

международном рынке, сталкиваются с уникальной проблемой: сохранить имеющиеся у них востребованные таланты и найти конкурентоспособные кадры, в которых они нуждаются, особенно когда бюджеты на персонал сокращаются или остаются на прежнем уровне. Борьба за новый штат сотрудников является сложной задачей, поэтому организациям приходится проявлять творческий подход [5]. Чтобы противостоять сложному сочетанию экономического спада и дефицита рынка талантов, ТНК вынуждены применять творческие методы для приобретения новых навыков и способностей персонала, к числу которых относится аутстаффинг.

В-пятых, еще до событий 2020 г. глобальное доверие потребителей и граждан было на рекордно низком уровне. Теперь волновые эффекты, такие как нарушенная цепочка поставок и нехватка кадров, а также общее недоверие к брендам, требуют неустанного внимания к потребительской ценности. В связи с этим руководители международных компаний постоянно думают о том, останутся ли потребители лояльными к устаревшим брендам или перейдут к тем, которые обеспечивают желаемый опыт. Это в свою очередь активизирует такую форму сотрудничества, как стратегические партнерства.

После формализации факторов, определяющих появление современных форм международного сотрудничества, рассмотрим некоторые из них более подробно.

Нетчайзинг представляет собой надежную альтернативу ведению международного бизнеса, целью которой является организация развертывания деятельности компании на глобальном уровне в гибком режиме, опираясь на интернет. В результате нетчайзинга формируется сеть партнеров по цепочке создания стоимости, основанная на предположении, что можно контролировать продажу своего продукта, не владея местной фирмой. Эту модель взяла на вооружение Coca-Cola. Компания практически не имеет филиалов за рубежом. Она распространяет свой бренд по франшизе и поставляет базовую смесь, а местный производитель бутылок должен соблюдать спецификации. Новизна заключается в том, что сегодня благодаря интернету Coca Cola контролирует производство и продажи практически в режиме реального времени. Нетчайзинг имеет большое преимущество, позволяя новым компаниям освободиться от традиционных этапов международного развития. Таким образом, это путь многих веб-стартапов, у которых нет ни финансовых средств, ни человеческих ресурсов, чтобы

принять «классическую» международную разработку, и которые, тем не менее, должны развиваться как можно быстрее, чтобы получить максимальную отдачу от своего конкурентного преимущества.

Такое использование интернета позволяет снизить сложность цепочки создания стоимости, которая является источником затрат. Нетчайзинг чаще всего сопровождается политикой «аутсорсинга», когда компания решает оставить за собой только «основную деятельность», а остальные передать на субподряд. Таким образом, эта форма международного сотрудничества, которая базируется на разделении стоимости путем объединения компаний-партнеров без юридических связей, что позволяет существенно снизить риск. Те международные компании, которые уже работают на рынке и хотели бы перейти к нетчайзингу, могут сохранить основы бизнеса (ключевых поставщиков, основных клиентов и т.д.), а остальных партнеров и контрагентов перевести на электронные связи и франчайзинговые отношения, отказавшись от прямого контроля, что является слишком затратной частью бизнеса на сегодняшний день.

Таким образом, нетчайзинг позволяет компаниям (пере)соединиться с прибыльной глобализацией. Основанная на бизнес-модели, которая соответствует технологическому контексту, эта форма международного сотрудничества предлагает множество возможностей для гибкого партнерства. Однако ее использование должно сопровождаться приверженностью ценностям Web 2.0, таким как неиерархические отношения и совместное использование.

Аутстаффинг является одной из популярных моделей найма удаленных ресурсов, широко применяемых в области информационных технологий, особенно в разработке программного обеспечения. Другими словами аутстаффинг – это модель удаленного найма, при которой выделенная команда специалистов предоставляется сторонним подрядчиком в качестве удаленного ресурса его партнеру для реализации определенного проекта. Команда сосредоточена только на проекте компании и работает из офиса аутстаффинговой организации, где решены все юридические вопросы привлечения персонала к работе. Хотя, как уже было сказано ранее, эта модель используется в основном в сфере информационных технологий, есть много случаев, когда строительство, маркетинг, розничная торговля и другие отрасли выигрывают от такого типа отношений компании с клиентом. В 2019 г. объем мирового рынка аутсорсинга составил 92,5 млрд долл. США.

Можно отметить следующие преимущества аутстаффинга для международных компаний:

– аутстаффинг позволяет корпорациям контролировать работу привлеченного персонала, поскольку аутстаффинговые сотрудники работают аналогично штатным работникам;

– сокращение расходов на наем персонала;

– аутстаффинг позволяет отказаться от кадровых и административных задач, поскольку ими занимается поставщик аутсорсинга.

Фундаментальная концепция аутстаффинга заключается в том, что на рынке есть команды профессионалов, которых нанимают исходя из потребностей и требований каждой отдельной международной корпорации.

Заключение

Международный бизнес опосредует обмен капитала, продуктов и услуг через международные границы или территории. Он охватывает все коммерческие сделки – частные или публичные – между двумя или более странами.

Трансграничные транзакции имеют положительные последствия для предприятий и стран, которым они принадлежат. Нация может извлечь выгоду из повышения экономической активности и вытекающих из этого возможностей трудоустройства. Фирмы могут стать более прибыльными и масштабировать свою деятельность. Кроме того, субъекты хозяйствования имеют возможности воспользоваться потенциалом глобального рынка, когда на местном

уровне существуют какие-то ограничения или препятствия.

Субъекты, которые являются частью международного бизнеса, варьируются от крупных многонациональных компаний с обширными деловыми сетями до небольших компаний, состоящих из одного человека, которые являются экспортерами или импортерами. Соответственно, формы их взаимодействия и сотрудничества принимают самые различные конфигурации, которые зависят от текущих условий, приметного поля ведения бизнеса, целей и интересов различных сторон.

В данном контексте в статье обозначены ключевые факторы, которые способствуют развитию новейших форм международного бизнеса в условиях глобализации. Также охарактеризованы такие формы сотрудничества на транснациональном уровне, как нетчайзинг и аутстаффинг.

Список литературы

1. Мельникова О.С. Влияние процессов глобализации на развитие международного инновационного бизнеса // Человеческий капитал и профессиональное образование. 2021. № 1 (35). С. 69–75.
2. Jiang Han Resource dependence theory in international business: Progress and prospects. *Global strategy journal*. 2023. Vol. 13. No. 1. P. 3–57.
3. Шацкая Э.Ш., Курочкина И.Г. Глобализация как новое качество интернационализации бизнеса // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2021. № 3 (73). С. 151–156.
4. Wang Qingtao. Achieving value co-creation through cooperation in international joint ventures: A two-level perspective. *International business review*. 2023. Vol. 32. Iss. 1. P. 17–23.
5. Фоменко Н.М. Международный бизнес: новая область исследований и ее перспективы // Бухгалтерский учет и налогообложение в бюджетных организациях. 2022. № 1. С. 14–22.