

УДК 339.5

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
INTERNATIONAL BUSINESS IN THE CONTEXT OF
GLOBALIZATION**

Чан Ф.Т., Зыонг К.Ч., Вай С.П.Б., студенты Высшей школы финансов
Люкшин А.М., канд. экон. наук, доцент кафедры государственных и
муниципальных финансов
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В.
Плеханова», г. Москва, Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена исследованию влияния международного бизнеса на предприятия и национальные экономики в контексте глобализации. Результаты исследования демонстрируют как положительные аспекты международного бизнеса так и отрицательные. Рассматриваются современные вызовы, с которыми сталкиваются компании при выходе на глобальные рынки. Анализируются статистические данные о взаимосвязи международной торговли и роста ВВП мировой экономики. При этом, изучены стратегии развития международного бизнеса на примере транснациональных компаний. Выводы подчеркивают необходимость сбалансированного подхода выхода на новые рынки, учитывающего возможности и вызовы глобализации.

Abstract. The article is devoted to the study of the impact of international business on enterprises and national economies in the context of globalization. The research results demonstrate both positive and negative aspects of international business. Modern challenges faced by companies when entering global markets are considered. Statistical data on the relationship between international trade and GDP growth of the world economy are analyzed. Additionally, strategies for international business development are examined using the example of transnational companies. The conclusions emphasize the need for a balanced approach to entering new markets, taking into account the opportunities and challenges of globalization.

Ключевые слова: международный бизнес, глобализация, транснациональные компании, конкурентоспособность, сравнительные преимущества.

Keywords: international business, globalization, transnational companies, competitiveness, comparative advantages.

Глобализация представляет собой процесс сближения стран и регионов мира посредством экономической, культурной и политической

деятельности. Этот процесс стимулируется развитием информационно-коммуникационных технологий, цифровизацией, соглашениями о свободной торговле и открытием экономик во всем мире. Международный бизнес (МБ), как важный аспект глобализации, играет ключевую роль в содействии интеграции и развитию экономик в мире. МБ способствует обмену товарами, услугами, технологиями и капиталом между странами, что содействует экономическому росту отдельных государств и развитию мировой экономики в целом. Кроме того, МБ создает многочисленные возможности трудоустройства в различных отраслях промышленности, способствуя снижению уровня безработицы и повышению качества жизни людей во всем мире [1]. Через международные деловые отношения страны укрепляют сотрудничество, осуществляют культурный обмен и налаживают более тесные дипломатические связи, способствуя построению более гармоничного и взаимосвязанного мира. Параллельно с этим, компании получают доступ к новым технологиям, продуктам и услугам со всего мира, а также делятся своими знаниями и опытом, создавая условия для инноваций и творчества.

Целью настоящей статьи является исследование и анализ влияния МБ на предприятия и национальные экономики в контексте глобализации, а также рассмотрение стратегий, направленных на расширение деятельности компаний за пределы границ, которые были успешно реализованы на практике.

1. Влияние международного бизнеса на компании и экономики

Влияние МБ на предприятия и национальные экономики можно разделить на положительное и отрицательное.

Положительное влияние

– Расширение рынков и увеличение доходов. МБ помогает предприятиям получить доступ к новым рынкам, увеличить доходы и снизить риски зависимости от внутреннего рынка [2]. При выходе на зарубежные рынки компании могут диверсифицировать свой портфель продуктов и услуг, обслуживая более разнообразные потребности клиентов. Предприятия будут перспективы роста не только на внутреннем рынке, но и в различных странах. Расширение рынков укрепляют глобальное присутствие компаний и созданию новых возможностей для сотрудничества.

– Использование сравнительных преимуществ. МБ позволяет странам использовать свои сравнительные преимущества для повышения производительности и развития. Он дает возможность странам сосредоточиться на производстве товаров, в которых они имеют сравнительное преимущество, то есть продуктов, которые они могут производить с меньшими затратами по сравнению с другими странами. Это приводит к оптимизации производственных ресурсов и повышению

производительности. Страны определяют свои сравнительные преимущества на основе различных факторов, таких как: производственные затраты, технологии, рынки, человеческие ресурсы и др. При открытии МБ страны концентрируются на производстве и экспорте продукции, в которой они имеют сравнительные преимущества, одновременно импортируя продукцию, в которой они не имеют сильных позиций, из других стран. Таким образом, МБ способствует эффективному разделению труда в глобальном масштабе.

– Освоение новых технологий компаниями и их стремительное распространение. Посредством сотрудничества, совместных предприятий и зарубежных инвестиций, компании перенимают современные технологии от более развитых партнеров для совершенствования своих производственных и бизнес-процессов. Одновременно МБ создает условия для компаний передавать собственные разработанные технологии на международный рынок. Они могут использовать свои торговые марки, патенты и технические ноу-хау для увеличения доходов. Такой обмен стимулирует дух инноваций в совершенствовании технологий и разработке новых продуктов. Международный обмен и передача технологий помогают предприятиям быть более конкурентоспособными развивать инновационный потенциал и повышать эффективность производства и бизнеса, способствуя устойчивому развитию как самих компаний, так и экономики в целом.

– Создание рабочих мест и экономический рост. МБ обеспечивает множество рабочих мест, особенно в экспортном секторе, внося вклад в экономический рост. Когда предприятия расширяются и выходят на новые международные рынки, они получают шансы охватить больше клиентов, увеличить объемы производства и доходы. Это порождает необходимость привлечения дополнительных сотрудников для удовлетворения растущих потребностей расширяющейся деятельности. Новые рабочие места создаются не только в самих компаниях, но и в смежных отраслях поставок. Например, при увеличении экспорта на новые рынки, растет спрос на рабочих, инженеров и менеджеров в производственном секторе и логистике. Таким образом, общий рост экспорта приводит к увеличению занятости во многих связанных областях экономики.

– Повышение качества продукции и услуг. МБ стимулирует конкуренцию, вынуждая предприятия повышать качество продукции и услуг для сохранения своих позиций на рынке [3]. МБ формирует более интенсивную конкурентную среду для предприятий, так как им приходится конкурировать с множеством соперников на глобальном уровне, а не только внутри страны. Это вынуждает их повышать качество продукции, совершенствовать производственные процессы, модернизировать технологии и улучшать услуги для поддержания конкурентоспособности. В противном случае они рискуют постепенно потерять долю рынка и доход

под давлением конкурентов. Таким образом, интенсивная конкуренция на глобальном рынке при участии в МБ служит стимулом для инноваций и совершенствования, поддерживая импульс роста предприятий.

Отрицательное влияние

– Острая конкуренция и воздействие на национальные предприятия. При выходе на международные рынки, отечественные предприятия сталкиваются с жесткой конкуренцией со стороны других внешних конкурентов. Это приводит к потере доли рынка, снижению доходов и даже закрытию бизнеса [4]. Международные компании часто обладают значительными преимуществами, включая масштаб деятельности, опыт, финансовые ресурсы и права интеллектуальной собственности, что позволяет производить и поставлять продукцию по более низким ценам по сравнению с местными предприятиями. МБ могут оказывать влияние на целые отрасли и вызывать серьезные изменения в экономике страны.

– Проблемы на рынках труда и экологические проблемы. МБ порождает трудовые и экологические проблемы, возникающие из-за необходимости увеличения объемов производства и снижения производственных затрат. Некоторые компании будут перемещать свои производственные мощности в страны с менее строгими трудовыми и экологическими нормами, что приводит к нарушениям трудового законодательства и загрязнению окружающей среды [5]. Тенденция к переносу производственных предприятий в страны с более низкими затратами на рабочую силу, такие как Вьетнам, Бангладеш и Индонезия, создает конкурентное давление на работников в развитых странах, которые вынуждены конкурировать с работниками из развивающихся стран. Это приводит к снижению заработной платы и ухудшению условий труда. Во многих случаях транснациональные корпорации обвинялись в использовании принудительного труда и современных форм рабства в своих цепочках поставок. Например, такие компании как Gap и H&M были обвинены в использовании труда несовершеннолетних в Узбекистане, где детей заставляли собирать хлопок [6].

– Неустойчивость экономики. МБ делает нестабильность в национальной экономике, когда страны чрезмерно зависят от экспорта или импорта. Это будет приводить к реализации различных рисков, таким как колебания цен, валютных курсов и инфляция [7]. При сильной зависимости страны от экспорта или импорта, цены на товары становятся уязвимыми к изменениям спроса на международном рынке. Ценовые колебания вызывает экономическую нестабильность, когда предприятиям и потребителям приходится адаптироваться к резким изменениям стоимости. Повышение цен на импортируемые товары ведет к увеличению производственных затрат и потребительских цен, создавая инфляционное давление.

– Сокращение рынков традиционных отраслей. При участии в МБ некоторые традиционные отрасли испытывают негативное влияние из-за международной конкуренции и изменений в рыночном спросе. Это может привести к потере рабочих мест и экономическому спаду в этих секторах [8]. Традиционные отрасли, такие как керамическое производство, ремесленные изделия, текстильная промышленность и пищевая переработка, часто страдают от международной конкуренции и меняющихся рыночных предпочтений. Продукция этих отраслей обычно имеет выраженный местный характер и не производится в масштабных объемах, что делает стоимость производства выше по сравнению с импортными аналогами.

В настоящее время, в контексте глобализации мировой экономики, переживающей период нестабильности, международный бизнес сталкивается со следующими вызовами:

– Ограничения экспорта и импорта продукции. Геополитические и геоэкономические факторы приводят к введению различных торговых барьеров, квот, санкций и эмбарго. Под влиянием дипломатических отношений между странами существенно меняются условия для иностранных предпринимателей, что вынуждает компании адаптировать стратегии выхода на зарубежные рынки или полностью пересматривать географию своей деятельности [9].

– Нарушение сложившихся торговых связей и отношений. Политическая напряженность между странами нередко ведет к разрыву устоявшихся бизнес-контактов и цепочек поставок. Данные обстоятельства могут привести к значительным финансовым потерям для компаний, зависящих от международной торговли, и вынуждают искать альтернативные рынки сбыта и источники поставок [9].

– Усиление процентного и валютного риска. Экономическая неопределенность способствует волатильности на валютных рынках. Колебания курсов валют оказывают непосредственное влияние на финансовые результаты международных компаний, усложняя прогнозирование денежных потоков и повышая риски при заключении долгосрочных контрактов в иностранной валюте [9].

– Волатильность цен на сырьевые товары. Особенно заметны колебания цен на нефть, которые могут вызывать непредвиденные убытки для предприятий, ведущих международный бизнес. Зависимость от энергоресурсов и других сырьевых товаров создает дополнительные риски и требует разработки механизмов хеджирования для стабилизации затрат [9].

– Проблемы обеспечения информационной безопасности. Цифровизация международных бизнес-процессов повышает уязвимость компаний перед киберугрозами. Защита конфиденциальных данных и интеллектуальной собственности становится критически важной и

напрямую связана с национальной безопасностью страны, что требует значительных инвестиций в кибербезопасность [9].

– Расхождения между правовыми системами стран. Международным компаниям приходится адаптировать свою деятельность к различным юридическим требованиям в каждой стране присутствия. Необходимость приведения бизнес-процессов в соответствие с местным законодательством увеличивает административные расходы и замедляет процесс экспансии на новые рынки.

– Культурные различия и их влияние на бизнес-процессы. Различия в деловой этике, коммуникационных стилях и управленческих практиках создают барьеры для эффективного взаимодействия. Компании вынуждены формировать специфические стратегии поведения для каждого рынка, учитывающие местные культурные особенности, что требует дополнительных ресурсов и компетенций.

– Ограниченность ресурсов на национальных рынках. Международные компании сталкиваются с дефицитом природных, трудовых, финансовых и материальных ресурсов в различных регионах. Данное обстоятельство вынуждает оптимизировать глобальные цепочки создания стоимости и искать инновационные способы повышения эффективности использования доступных ресурсов.

– Проблемы миграции и трудоустройства. Ужесточение миграционного законодательства во многих странах затрудняет перемещение квалифицированных специалистов. Одновременно с этим, расширение деятельности международных компаний может приводить к потере рабочих мест на локальных рынках, что вызывает социальную напряженность и противодействие глобализации со стороны местного населения.

– Размывание культурной идентичности. Распространение глобальных бизнес-моделей и практик способствует унификации ранее уникальных культурных пространств. Утрата характерных особенностей национальных культур может вызывать сопротивление процессам глобализации и создавать негативный образ международных компаний в глазах местного населения и властей.

Переходим к рассмотрению взаимосвязи и влияния международного бизнеса на мировую экономику.

Анализ динамики роста товарной торговли и реального ВВП за 2018-2025 гг. демонстрирует синхронность их колебаний с некоторыми различиями в амплитуде (см. рисунок 1). В 2020 году резкий спад как в объеме товарной торговли (-5,0%), так и в росте реального ВВП (-3,1%), что было вызвано глобальной пандемией. Далее, в 2021 году, произошло впечатляющее восстановление – рост объема товарной торговли составил 9,6%, а рост реального ВВП – 6,2%. В последующие годы наблюдался умеренный рост обоих показателей, за исключением 2023 года, когда

стоимость товарной торговли сократилась на 1,2%, в то время как ВВП продолжил рост на уровне 2,7%.

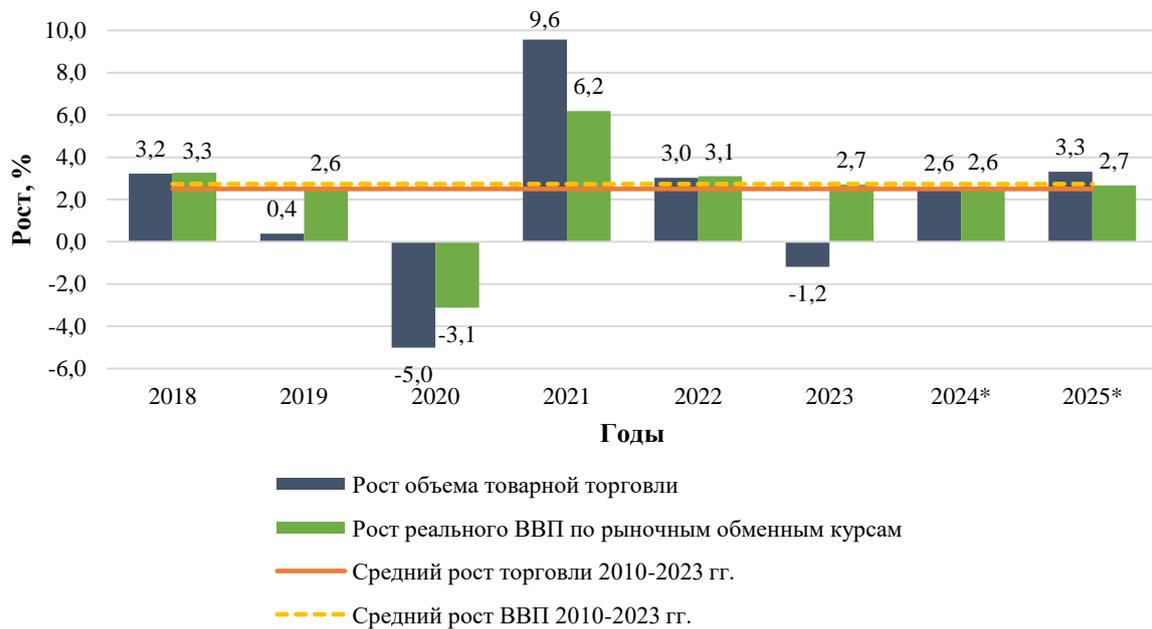


Рисунок 1. Динамика роста объема товарной торговли и роста реального ВВП за 2018-2025 гг., % [10].

Прогнозы на 2024-2025 годы показывают стабилизацию с небольшим ростом обоих показателей: для объема товарной торговли – 2,6% и 3,3%, для реального ВВП – 2,6% и 2,7% соответственно. Средний рост торговли за период 2010-2023 гг. составил 2,5%, что немного ниже среднего роста ВВП за тот же период (2,7%), что указывало на долгосрочную тенденцию к незначительному отставанию темпов роста глобальной торговли от темпов роста мировой экономики.

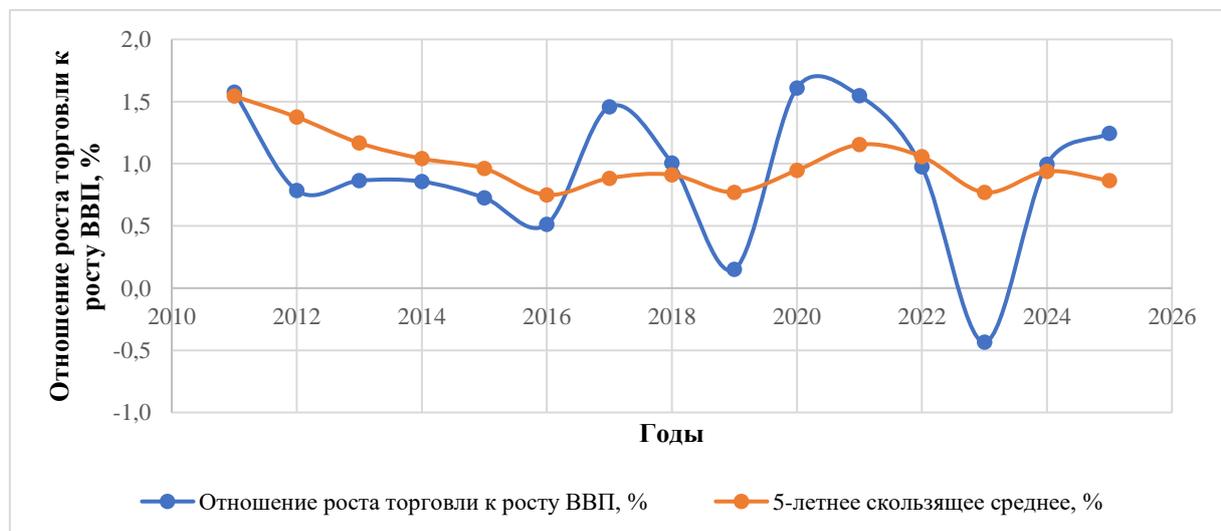


Рисунок 2. Динамика отношения роста торговли к росту ВВП за 2011-2025 гг., % [10].

Отношение роста торговли к росту ВВП за 2011-2025 гг. характеризуется высокой волатильностью (от -0,4 до 1,6), что отражает изменяющийся характер взаимосвязи между торговлей и экономическим ростом. Значение коэффициента снизилось с 1,6 в 2011 г. до минимума -0,4 в 2023 г., после чего прогнозируется восстановление до 1,2 к 2025 г. Пятилетнее скользящее среднее показывает более сглаженную, но все же нисходящую тенденцию: от 1,5 в 2011 г. до 0,87 в 2025 г. Периоды высоких значений коэффициента (2011, 2017, 2020-2021 гг.) свидетельствовали о фазах, когда международная торговля выступала драйвером экономического роста, тогда как периоды низких значений (2016, 2019, 2023 гг.) указывали на ослабление этой связи. Общая тенденция к снижению коэффициента в долгосрочной перспективе позволяет сделать вывод о постепенном уменьшении вклада международной торговли в глобальный экономический рост, что обусловлено структурными изменениями в мировой экономике, развитием цифровых технологий и сдвигом в сторону услуг.

2. Стратегии развития международного бизнеса транснациональных компаний

Стратегии развития МБ требуют от предприятий освоения и применения ряда методов и технологий для расширения своей деятельности за пределы национальных границ.

Рассмотрим следующие распространенные стратегии, которые реализуются транснациональными компаниями.

– Адаптация к местной культуре. Предприятиям необходимо понимать и адаптироваться к ценностям, привычкам и языку потребителей на целевых рынках [11]. McDonald's является ярким примером того, как всемирно известное предприятие может адаптироваться к местной культуре для повышения лояльности клиентов и достижения глобального успеха. При выходе на индийский рынок McDonald's осознал, что уважение религиозных верований местного населения является ключевым фактором успеха в этом регионе. McDonald's адаптировал свое меню в Индии, исключив говядину и свинину из уважения к религиозным верованиям местного населения [12]. Компания представила фирменные продукты на основе куриного мяса, рыбы и альтернативных ингредиентов, таких как соя, а также расширила ассортимент вегетарианских блюд, чтобы привлечь вегетарианских клиентов, что является частью индийской культуры.

– Стратегическое сотрудничество. Предприятия могут сотрудничать с местными или глобальными компаниями для обмена ресурсами, знаниями и выхода на новые рынки [13]. Danone – французская компания по производству пищевых продуктов, сотрудничала с индийской компанией Britannia Industries для выхода на перспективный рынок Индии. При

принятии решения о расширении на индийский рынок Danone осознала, что сотрудничество с авторитетным местным партнером поможет им более эффективно охватить клиентов и распространять продукцию. Britannia Industries, одна из ведущих пищевых компаний Индии, специализируется на производстве печенья, хлеба и молочных продуктов. Сотрудничество между этими двумя компаниями создало стратегический альянс, позволяющий обеим сторонам использовать конкурентные преимущества друг друга. Для Danone это означало возможность использовать обширную дистрибьюторскую сеть Britannia для доступа к индийским потребителям, одновременно получая опыт и знания о местном рынке от своего партнера. Для Britannia Industries партнерство с Danone открыло возможности для изучения передовых производственных технологий, повышения качества продукции и расширения ассортимента. Более того, сочетание глобальной репутации бренда Danone с Britannia создало особую привлекательность для индийских потребителей [14].

– Глобальные цепочки поставок. Создание и управление эффективными глобальными цепочками поставок позволяет снизить затраты, повысить производительность и обеспечить качество продукции [15]. Apple построила сложную глобальную цепочку поставок, объединяющую поставщиков из Китая, Тайваня, США и многих других стран для производства и распространения своей продукции [16]. Это яркий пример того, как ведущая технологическая компания использует возможности разных стран для оптимизации процессов производства и дистрибуции, одновременно предоставляя продукт клиентам по всему миру. Помимо выбора поставщиков, Apple также инвестирует в современные технологии и процессы управления цепочками поставок. Компания сосредоточилась на оптимизации производственных процессов, минимизации запасов, повышении качества и обеспечении гибкости для удовлетворения рыночного спроса. Система управления цепочками поставок Apple позволяет компании быстро реагировать на изменяющиеся требования клиентов, минимизировать затраты и укреплять конкурентоспособность.

Для успешного участия в международном рынке предприятиям необходимо уделять внимание тщательному исследованию и оценке целевых рынков, прислушиваться и учиться у клиентов, партнеров и местных сотрудников, а также быть готовыми адаптировать свои стратегии к новым рынкам.

В результате проведенного исследования установлено, что международный бизнес является ключевым фактором процесса глобализации, оказывающим многогранное влияние на предприятия и национальные экономики. Анализ статистических данных свидетельствует о наличии взаимосвязи между динамикой международной торговли и ростом мирового ВВП, причем в периоды экономической нестабильности

эта взаимосвязь особенно заметна. Положительное влияние международного бизнеса проявляется в расширении рынков сбыта, эффективном использовании сравнительных преимуществ стран, ускорении обмена технологиями, создании рабочих мест и повышении качества продукции. Однако нельзя игнорировать и отрицательные аспекты, такие как усиление конкурентного давления на отечественные предприятия, возникновение трудовых и экологических проблем, экономическая нестабильность и сокращение традиционных отраслей.

В современных условиях геополитической и экономической турбулентности компании, стремящиеся к международной экспансии, сталкиваются с многочисленными вызовами – от торговых ограничений и валютных рисков до проблем информационной безопасности и культурных различий. Успешные стратегии развития международного бизнеса, как показывают примеры таких компаний как McDonald's, Danone и Apple, базируются на культурной адаптации, стратегическом сотрудничестве и эффективном управлении глобальными цепочками поставок. Для достижения успеха на международных рынках компаниям необходимо не только тщательно исследовать целевые рынки, но и быть готовыми к гибкой адаптации своих бизнес-моделей с учетом локальных особенностей, что особенно актуально в контексте сохраняющейся волатильности мировой экономики.

Список литературы

1. World investment report 2020: International production beyond the pandemic // United nations conference on trade and development (UNCTAD). – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_en.pdf (дата обращения 04.03.2025).
2. Levitt, T. The globalization of markets / T. Levitt // Harvard business review. – 1983. – Vol. 61, № 3. – P. 92-102.
3. Porter, M. E. The competitive advantage of nations / M. E. Porter // Harvard business review. – 1990. – Vol. 68, № 2. – P. 73-93.
4. Krugman, P. Increasing returns, monopolistic competition, and international trade / P. Krugman // Journal of International Economics. – 1979. – Vol. 9, № 4. – P. 469-479.
5. Levinson, A. Technology, international trade, and pollution from US manufacturing / A. Levinson // American Economic Review. – Vol. 99, № 5. – P. 2177-2192.
6. Third party monitoring of child labour and forced labour during the 2019 cotton harvest in Uzbekistan // International Labour Organization (ILO). – URL: https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@ipecc/documents/publication/wcms_767756.pdf (дата обращения 04.03.2025).

7. Obstfeld, M. The six major puzzles in international macroeconomics: Is there a common cause? / M. Obstfeld, K. Rogoff // National Bureau of Economic Research. – 2000. – Vol. 15. – P. 339-390
8. Rodrik, D. Has Globalization Gone Too Far / D. Rodrik // Institute for International Economics. – Washington DC. – 1997.
9. Федоров, Г. М. Актуальные проблемы развития международного бизнеса в условиях геоэкономических и геополитических вызовов / Г. М. Федоров // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2023. – Т. 13, № 4-1. – С. 480-486. – DOI 10.34670/AR.2023.77.96.116.
10. Global Trade Outlook and Statistics // World Trade Organization. – URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/trade_outlook24_e.htm (дата обращения 04.03.2025).
11. Usunier, Jean-Claude. Marketing across cultures (5th ed.) / Jean-Claude Usunier, J. A. Lee // Pearson Education. – 2009. – 479 pp.
12. Schlosser, E. Fast food nation: The dark side of the all-American meal / E. Schlosser // Houghton Mifflin Harcourt. – 2002. – 362 pp.
13. Gomes, E. Managing Mergers, Acquisitions and Strategic Alliances: Understanding the Process / E. Gomes, Y. Weber, C. Brown, S. Tarba // Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan. – 2011.
14. Group Danone Sustainability Report 2007 // United Nations Global Compact. – URL: <https://unglobalcompact.org/participation/report/cop/detail/386> (дата обращения 04.03.2025).
15. Coyle, J. J. Supply Chain Management: A Logistics Perspective / J. J. Coyle, C. J. Langley, R. A. Novack, B. Gibson // South-Western Cengage Learning. – 2012. – 720 p.
16. Lashinsky, A. Inside Apple: How America's most admired – and secretive – company really works / A. Lashinsky // Grand Central Publishing. – 2012. 272 p.