



МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Тема 4.

Глобализация и развитие международного бизнеса

1. Сущность, формы и черты международного бизнеса
2. Глобализация как новое качество интернационализации бизнеса
3. Международный бизнес и транснационализация бизнеса
4. Роль ТНК в мировой экономике



МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

После изучения темы 4 студент должен:

знать

- **факторы интернационализации деятельности компаний, теории интернационализации;**
- **структуру международного бизнеса;**

уметь

- **анализировать основные тенденции интернационализации бизнеса в направлении глобализации мировой экономики;**
- **структурировать основные экономические проблемы национальной экономики;**

Владеть

- **понятийным аппаратом процессов интернационализации, глобализации и транснационализации производства;**
- **навыками анализа основных проблем российской экономики как части мирохозяйственной системы.**

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

С началом процессов интернационализации и экономической глобализации связана активизация международного бизнеса компаний, под которым понимается экономическая (предпринимательская) деятельность международной компании, основанная на преимуществах международного разделения труда, с целью максимизации общего объема прибыли компании.

Международный бизнес представляет собой систему, охватывающую совокупность контрагентов международных экономических отношений и интегрирующую их деятельность в единое целое.

Факторы интернационализации деятельности компании можно разделить на две группы:

- 1) факторы, обусловленные специфическими особенностями компании и индивидуумов, работающих в ней;**
- 2) факторы, связанные с внешней средой.**

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Первая группа факторов включает в себя амбиции, целевые установки, стратегию, прошлый опыт компании, а **вторая группа факторов** связана с уровнем налогообложения, государственным регулированием, уровнем издержек, а также потенциалом рентабельности и роста.

Эволюция модели интернационализации связана с изменением стратегии предприятия по ходу развития ее внешнеэкономической деятельности. С переходом от одного метода внешнеэкономической деятельности к другому происходит: увеличение рискованности операции, рост вовлеченности компании в зарубежную деятельность, возрастает контроль над зарубежными операциями, растет отдача от инвестиций.

Существуют разные схемы интернационализации бизнеса. При **стадийном подходе** компания активно развивает свою деятельность внутри страны, а потом последовательно переходит на зарубежные рынки.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Две экономические модели определяют стадийное развитие бизнеса:

- 1) Теория жизненного цикла продукта (R. Vernon, 1966, 1971);**
- 2) Модель интернационализации Уппсала (Johanson & Vahlne, 1977, 1990).**

Согласно первой модели, интернационализация компания следует из развития жизненного цикла продукта. Внедрение товара происходит одновременно внутри и за рубежом, по мере перехода к глобальной стратегии. Продукт проходит три стадии зрелости. Вначале **технологически новый товар производится в развитой стране.** На **стадии зрелости налаживается массовое производство товара.** Компания стремится достичь экономии на масштабе и переносит часть производства в иностранные экономики со схожим уровнем развития, где появился спрос на данную продукцию. Если на этом этапе производство становится дешевле в иностранной экономике, то **возможен импорт товара на отечественный рынок.**

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Теория жизненного цикла продукта (Р.Вернон) рассматривает прямые зарубежные инвестиции, как возможность для ТНК продлить жизненный цикл своего товара. По мере того, как товар начинает устаревать, его производство можно передать за рубеж. А затем, в дальнейшем, лицензии на данный товар можно продать конкурентам.

На последнем этапе жизненного цикла товара, производственный процесс становится стандартизированным и более трудоемким, нежели наукоемким. Производство переходит в развивающиеся страны и покрывает весь спрос на продукцию. Модель больше относится к развитым странам с высокой степенью инноваций. Так же может быть использована для развивающихся стран, если компания самостоятельно использует новые технологии.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Модель интернационализации бизнеса Уппсала предполагает, что компания постепенно увеличивает свое присутствие за рубежом. Интернационализация компании начинается с рынков близких по культурным, политическим, экономическим, географическим и т.д. особенностям. **Фирма начинает свои зарубежные операции с экспорта и постепенно движется в сторону более интенсивных операционных моделей.** Далее получает достаточно опыта ведения бизнеса на иностранном рынке, приобретает новые знания, преимущества для проникновения на рынки более отдаленных стран, т.е. с иными экономическими, культурными и т.д. характеристиками.

Обе модели описывают последовательное внедрение компании на зарубежные рынки и заключают, что главным препятствием на пути международного развития предприятия является недостаток опыта и знаний об иностранном рынке. Модели предполагают следующую схему развития: продажи на отечественном рынке, экспорт через посредника, открытие торговой дочерней компании, организация производства за рубежом.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Модель догоняющего цикла продукта или парадигма «стаи летящих гусей» (К.Акаматсу) основана на положении о трех фазах развития отраслей промышленности за определенный период времени. Эти три фазы графически напоминают формирование стаи диких гусей. Суть концепции в том, что в развивающейся стране цикл продукта начинается с импорта. Импорт как бы исследует внутренний спрос в стране (**1 фаза**). После того, как спрос на данный продукт возрос, возникает его внутреннее производство, которое становится более экономичным, чем импорт (**2 фаза**). В результате роста масштабов производства происходит снижение издержек, повышение качества, рост производительности. Все это становится импульсом для экспорта продукта на новые рынки (**3 фаза**).

Эклектическая парадигма Даннинга (The ownership-location-internalization theory (OLI), 1988) описывает условия, при которых компании выгодно начинать международную деятельность с осуществления прямых иностранных инвестиций, нежели экспорта продукции.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Эклектическая модель (Дж.Даннинг) представляет собой собирательную теорию, согласно которой ТНК складывается при условии, если она обладает комбинацией из трех видов преимуществ, которые в совокупности их начальных букв образуют так называемую **парадигму OLI (ownership-localinternal)**:

- а) **ownership** - владение собственностью;
- б) **local** – размещение, означающее географические и ресурсные преимущества за рубежом, оснащенность инфраструктурой;
- в) **internal** - интернализация, включающая преимущества, связанные с иерархической структурой компании.

Модель интернализации (П.Бакли, М.Кэссон, А.Рагмен) основана на идее Р.Коуза о том, что **внутри большой корпорации между её подразделениями действует особый внутренний рынок, регулируемый руководителями корпорации и её филиалов**. Сделан вывод о том, что значительная часть формально международных операций является фактически внутрифирменными операциями между подразделениями больших хозяйственных комплексов, называемых ТНК.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Теория размещения (Г. фон Тюнен, А.Вебер, Т.Паландер) объясняет **преимущества ТНК в удобном размещении своего производства.** Роль расстояния проявляется в том, что транспортные издержки не только увеличивают рыночные цены перевозимых товаров, но и оказывают влияние на размещение производственных объектов. Роль площади проявляется в том, что рынки отдельных товаров представляют собой районы, расположенные в определенных географических пределах.

Модель технологических преимуществ (Дж.Гэлбрэйт) первостепенное внимание уделяет технологическим причинам образования ТНК. Согласно данному подходу **ТНК образуются в связи с тем, что головные компании развитых стран обладают технологическими преимуществами.**

Модель монополистических преимуществ (С.Хаймер, Ч. Киндлебергер, Г.Джонсон, Р.Лакруа) предполагает наличие у иностранных фирм преимуществ над местными.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

По мнению **С.Хаймера** за рубежом необходимы высокие затраты на маркетинговые исследования рынка, на организацию и управление производством и т.д. Существенно увеличивается уровень риска. Поэтому, если бы ТНК не обладала монополистическими преимуществами в области инноваций, инвестиции за рубеж были бы невыгодны.

Теория конкурентного преимущества (М.Портер). На основании анализа более 100 отраслей и подотраслей из 10 стран М.Портер пришел к выводу, что *международные конкурентные преимущества ТНК, действующих в этих отраслях и подотраслях, зависят от того, в какой макросреде осуществляется их деятельность.* Эта среда связана с четырьмя общими атрибутами национального государства, которые сами по себе и как система образуют **«бриллиант конкурентного преимущества страны»**: обеспеченность страны факторами производства; состояние спроса; наличие или отсутствие в стране отраслей-поставщиков и других смежных отраслей экономики; стратегия, структура и соперничество фирм.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Основными мотивами интернационализации компании являются проникновение на новые рынки и (или) доступ к ресурсам за рубежом. Интернационализация компании подразумевает как выгоды, так и определенные издержки для фирмы.

Рост и развитие международного бизнеса вызваны действием ряда взаимовлияющих факторов, приводящих к глобализации производства и маркетинга:

- достижения в области компьютерных технологий и телекоммуникаций привели к бурному росту взаимообмена информацией и идеями через границы государств, что позволяет потребителям больше узнать о зарубежных товарах;**
- правительства многих стран последовательно снижают барьеры для инвестиций, что открывает новые рынки для международных компаний;**
- существует тенденция к унификации и объединению юридической базы в рамках мирового сообщества.**

Выгоды и издержки от интернационализации компании

Выгоды интернационализации	Издержки интернационализации
Экономия от масштаба производства	Организационные изменения и дублирование функций
Глобальное распределение затрат на НИОКР	Издержки координации
Использование зарубежных источников снабжения дешевыми ресурсами и оптимизация распределения цепочки создания ценности по странам	Риски сбоев в глобальной цепи поставок из-за специализации подразделений на отдельных операциях
Доступ к зарубежным знаниям	Усложнение цепи поставок и рост объема запасов
Снижение рисков благодаря географической диверсификации	Мониторинг внешних поставщиков
Возможности для оптимизации налоговых выплат МНК	Институциональные и культурные различия
Рыночная власть, базирующаяся на глобальном охвате операций	Экспансия на небольшие, более рискованные и менее развитые рынки на поздних стадиях интернационализации
Приобретение международного опыта	

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

За счет международной организации компании достигают разнообразные цели:

- доступ к новым рынкам, преодоление государственных торговых и инвестиционных барьеров;
 - доступ к новым источникам ресурсов - материальных, финансовых, трудовых, технологических, информационных, организационных;
 - достижение конкурентных преимуществ, устранение или смягчение конкуренции в интересах партнеров;
 - экономия на масштабах производства, рационализация производства, повышение его эффективности, использование преимуществ вертикальной интеграции;
 - снижение риска.
-

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

В практике современного международного бизнеса выработаны разнообразные, в том числе достаточно гибкие, формы международной кооперации, к числу которых относятся:

- **лицензионный договор - использование авторского права, товарного знака, патента;**
- **сопроизводство - изготовление комплексного изделия или его компонентов одним из зарубежных партнеров;**
- **контракт-менеджмент - передача одним из партнеров другому ноу-хау в области менеджмента;**
- **франчайзинг - выдача лицензии на определенную деятельность с предоставлением дополнительной управленческой, технологической и маркетинговой информации;**
- **международный стратегический альянс (МСА) - формальный или неформальный союз, создаваемый с целью объединения ресурсов для решения задач реорганизации, повышения рыночной эффективности и т.д. либо достижения «эффекта масштаба», либо с другими целями;**

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

В практике современного международного бизнеса выработаны разнообразные, в том числе достаточно гибкие, формы международной кооперации, к числу которых относятся:

- **совместное предприятие (СП) - одна из распространенных форм стратегического альянса, сопряженная с созданием новой компании юридически и экономически самостоятельными предприятиями;**
- **многонациональная (международная) компания (МНК) - наиболее «жесткая» форма международного сотрудничества, основанная на механизме акционерного участия и / или других способах корпоративного контроля.**

Международный стратегический альянс представляет собой относительно продолжительное по времени межорганизационное соглашение по сотрудничеству, которое предусматривает совместное использование ресурсов и/или структур управления двух или более самостоятельных организаций, расположенных в двух или более странах, для совместного выполнения задач, связанных с корпоративной миссией каждой из них.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Многонациональная (международная) компания является одной из наиболее сложных форм организации международного бизнеса. Такая компания использует международный подход в поиске заграничных рынков и при размещении производств, а также комплексную глобальную философию бизнеса, предусматривающую хозяйственную деятельность как внутри страны происхождения, так и за ее пределами.

Основными принципами создания МНК являются:

- корпоративная целостность, основанная на принципе акционерного участия;
- ориентация на достижение единых для создателей МНК стратегических целей и решение общих стратегических задач;
- наличие единой управленческой вертикали (с различной степенью жесткости) и единого центра контроля в виде холдинговой компании, банка либо группы взаимосвязанных компаний;
- бессрочный характер существования МНК.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Основные черты международного бизнеса:

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.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Основные черты международного бизнеса:

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.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.1. Сущность, формы и черты международного бизнеса

Основные черты международного 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.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.2. Глобализация как новое качество интернационализации бизнеса

Эксперты МВФ определяют глобализацию как «растущую экономическую взаимозависимость стран всего мира в результате возрастающего объема и разнообразия международных сделок с товарами, услугами и мировых потоков капитала, а также благодаря все более быстрой и широкой диффузии технологий».

Глобализация экономики — это процесс превращения мирового хозяйства в единый рынок товаров, услуг, капитала, рабочей силы и знаний. Данный процесс начался давно, еще несколько тысячелетий тому назад, когда мировая экономика только начинала формироваться. Однако лишь в конце XIX — начале XX в. глобализация достигла такого размаха, что стала ощутимо воздействовать на экономику ведущих стран мира: экспортная квота только по товарам в развитых странах достигла почти 13% в 1913 г. (5% в 1850 г.), Великобритания в начале XX в. вкладывала капитала за границу больше, чем в свою экономику, в России около трети акционерного капитала принадлежало иностранцам, а в США более половины рабочих были иммигрантами.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.2. Глобализация как новое качество интернационализации бизнеса

Именно растущая глобализация на рубеже XIX—XX вв. привела к образованию мирового хозяйства. Уже тогда экономисты заговорили об **интернационализации — процессе усиления участия страны в мировом хозяйстве**. Показатели уровня интернационализации национальной экономики (показатели участия страны в мировой экономике) уже тогда достигли больших величин.

Глобализация экономики связана и с необходимостью решения ряда общемировых политических, социально-экономических и научно-технических проблем — глобальных проблем современности, в том числе проблем войны и мира, экологической, топливно-сырьевой и энергетической, демографической, продовольственной (проблемы нищеты). Взятые вместе процессы нарастания масштабности связей, реализуемых международными экономическими отношениями, усиления системности международных экономических отношений и взаимозависимости их основных субъектов во взаимообусловленности с решением глобальных проблем человечества образуют явление, которое можно определить как **глобализацию экономики**.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.2. Глобализация как новое качество интернационализации бизнеса

Процесс глобализации экономики неизбежно сопровождается острыми противоречиями. **К их числу можно отнести:**

А. Противоречия между странами и/или группами стран. Прежде всего это относится к противоречиям между группой ведущих развитых стран с рыночной экономикой (страны так называемого «золотого миллиарда»), которые получают максимальный экономический эффект от глобализации («глобальный выигрыш»), и остальными странами, прежде всего наименее развитыми. Следует вместе с тем отметить, что углубление разрыва в уровнях социально-экономического развития между «богатым Севером» и «бедным Югом» началось еще до перехода к этапу глобализации мировой экономики.

Б. Противоречия между странами (или группами стран) и соответствующими международными институтами (например, МВФ, Всемирным банком, ВТО). Деятельность этих международных институтов по координации политики ведущих стран мира оказывает определенное позитивное воздействие на мировое экономическое развитие.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.2. Глобализация как новое качество интернационализации бизнеса

Однако возникают новые угрозы дестабилизации мировой экономики в связи с либерализацией внешнеэкономических связей, снятием барьеров для трансграничного движения товаров, услуг, рабочей силы и капиталов, которые требуют принятия соответствующих согласованных странами мира (а не только узкой группой ведущих стран) решений.

В. Противоречия между отдельными странами, с одной стороны, и транснациональными корпорациями, банками (ТНБ) и мировыми финансовыми центрами (МФЦ) — с другой. Одной из характерных тенденций в развитии современной теории глобализации (так называемое «гиперглобалистское» направление) является принижение роли государства и соответственно национально-государственных интересов.

Сторонники «гиперглобализма» в современной экономической теории считают, что карта современного мира — это в большей степени «карта ТНК», чем традиционная политическая карта мира, представленная государствами.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.3. Международный бизнес и транснационализация бизнеса

Главным механизмом общих процессов интернационализации и экономической глобализации является *деятельность прежде всего интегрированных корпоративных структур – международных корпораций и, в частности, транснациональных корпораций.*

В соответствии с классификацией известного американского специалиста в области международного маркетинга Ф. Котлера, **по организационным принципам международные корпорации делят на четыре основных типа:**

- 1. транснациональные компании;**
- 2. многонациональные корпорации;**
- 3. интернациональные корпорации;**
- 4. глобальные компании.**

В качестве транснациональных корпораций рассматривается международный комплекс предприятий производственного, торгового или финансового назначения с единым центром принятия управленческих решений в стране базирования и с филиалами в других странах.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.3. Международный бизнес и транснационализация бизнеса

Право собственности над акционерным капиталом принадлежит только представителям страны-учредителя. Филиалы и дочерние предприятия могут быть смешанными, с преимущественно национальным участием.

Характерной чертой ТНК является сочетание централизованного руководства с определенной степенью самостоятельности входящих в нее и находящихся в разных странах предприятий и структурных подразделений (филиалов, представительств).

Транснациональные корпорации являются международными по характеру своей деятельности: они владеют зарубежными предприятиями или контролируют производство продукции (или услуг) вне пределов страны базирования, располагая там свои филиалы, функционирующие в соответствии с общей стратегией, разрабатываемой материнской компанией (которая в максимальных случаях приобретает глобальный характер). Таким образом, зарубежные операции ТНК становятся определяющим фактором в жизни корпорации.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.3. Международный бизнес и транснационализация бизнеса

Многонациональные корпорации (МНК) — это, собственно, международные корпорации, объединяющие национальные компании ряда государств, как минимум двух, на производственной и научно-технической основе. В качестве своеобразного классического примера такой корпорации обычно приводят англо-голландский концерн «Ройал Датч/Шелл», существующий с 1907 г.

Интернациональные корпорации — это национальные монополии с зарубежными активами. Их производственная и торгово-сбытовая деятельность выходит за пределы одного государства. В процессе глобализации экономики появилась новая форма международных корпораций, которая носит название глобально интегрированное предприятие или, собственно, **глобальная корпорация** — ГК. Такие предприятия возникли в 1980-е гг. В наибольшей степени к глобальным формам деятельности тяготеют крупные фирмы, занятые в химической, электротехнической, электронной, нефтяной, автомобильной, информационной, банковской отраслях.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.3. Международный бизнес и транснационализация бизнеса

Глобальная корпорация может распределять свои операции между предприятиями, рассредоточенными по всему миру. Определяющими моментами для организации становятся возможность экономии на издержках, наличие в разных странах квалифицированных сотрудников для выполнения конкретных операций, эффективность реализации на рынке и др.

Можно выделить следующие **характерные черты глобальной корпорации:**

- она охватывает компании практически всех государств;
- по своей архитектуре данная корпорация является сетевой;
- с правовой точки зрения представляет собой совокупность юридических лиц, связанных между собой системами перекрестного участия и договоров;
- включает в себя ряд центров, а также компании, находящиеся на периферии;
- внутри нее формируется специфическая рыночная среда - свой собственный внутренний рынок (internal market) и особая корпоративная этика.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.3. Международный бизнес и транснационализация бизнеса

В зависимости от структуры производства международные корпорации делят также на три большие группы:

- 1) горизонтально интегрированные;**
- 2) вертикально интегрированные;**
- 3) диверсифицированные.**

Горизонтальная интеграция позволяет объединять предприятия в разных странах для выпуска одной и той же продукции или оказания однотипных услуг (по такой схеме действует компания «Мак Доналдс»).

Вертикальная интеграция подразумевает концентрацию производства в одной или нескольких странах, но при условии, что выпускаемая продукция используется в дальнейшем процессе производства на других предприятиях, входящих в состав этой же международной корпорации (например, фирма «Адидас»).

Диверсифицированная корпорация объединяет национальные предприятия с вертикальной и горизонтальной интеграцией, которые расположены в разных странах (такую структуру имеет «Майкрософт»).

МОДУЛЬ 1. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.4. Роль ТНК в мировой экономике

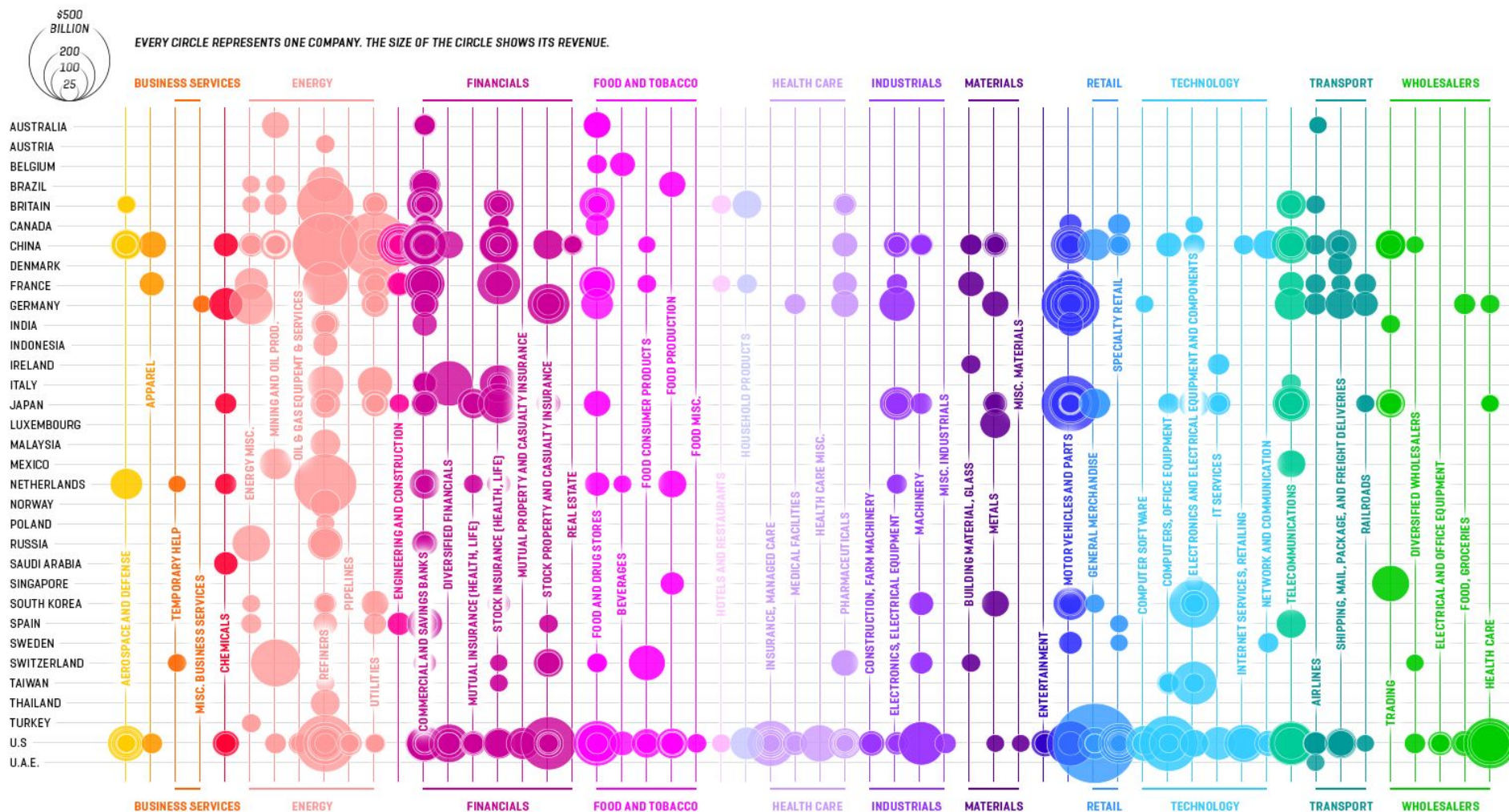


Рис. 1. Географическая и отраслевая структура масштабов дохода ТНК

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.3. Международный бизнес и транснационализация бизнеса

Fortune Global 500 — рейтинг 500 крупнейших мировых компаний, критерием составления которого служит доход (**выручка**) компании. Список составляется и публикуется ежегодно журналом Fortune.



№	Компания	Страна	Отрасль	Выручка
1	Wal-Mart Stores		розничная торговля	\$482,3 млрд
2	Exxon Mobil		добыча и переработка нефти и газа	\$246,6 млрд
3	Apple		Электроника, информационные технологии	\$233,2 млрд
4	China National Petroleum		добыча и переработка нефти и газа	\$432,0 млрд
5	Exxon Mobil		добыча и переработка нефти и газа	\$407,7 млрд
6	BP		добыча и переработка нефти и газа	\$396,2 млрд
7	State Grid		электроэнергетика	\$333,4 млрд
8	Volkswagen		производство автомобилей	\$261,5 млрд
9	Toyota Motor		производство автомобилей	\$256,5 млрд
10	Glencore International		оптовая торговля	\$232,7 млрд



2016 г.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.3. Международный бизнес и транснационализация бизнеса

Fortune Global 500 — рейтинг 500 крупнейших мировых компаний, критерием составления которого служит выручка компании. Список составляется и публикуется ежегодно журналом Fortune.



№	Компания	Страна	Отрасль	Выручка
1	Wal-Mart Stores		розничная торговля	\$476,3 млрд
2	Royal Dutch Shell	★	добыча и переработка нефти и газа	\$459,6 млрд
3	Sinopec		нефтехимическая промышленность	\$457,2 млрд
4	China National Petroleum		добыча и переработка нефти и газа	\$432,0 млрд
5	Exxon Mobil		добыча и переработка нефти и газа	\$407,7 млрд
6	BP		добыча и переработка нефти и газа	\$396,2 млрд
7	State Grid		электроэнергетика	\$333,4 млрд
8	Volkswagen		производство автомобилей	\$261,5 млрд
9	Toyota Motor		производство автомобилей	\$256,5 млрд
10	Glencore International		оптовая торговля	\$232,7 млрд

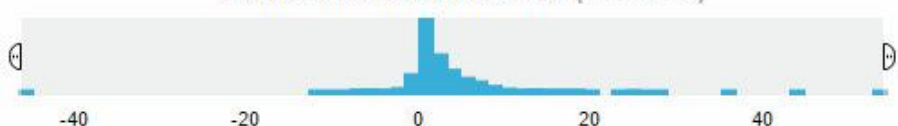
2014 г.

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.4. Роль ТНК в мировой экономике

DISTRIBUTION BY PROFITS (\$ billions)



DISTRIBUTION BY REVENUES (\$ billions)

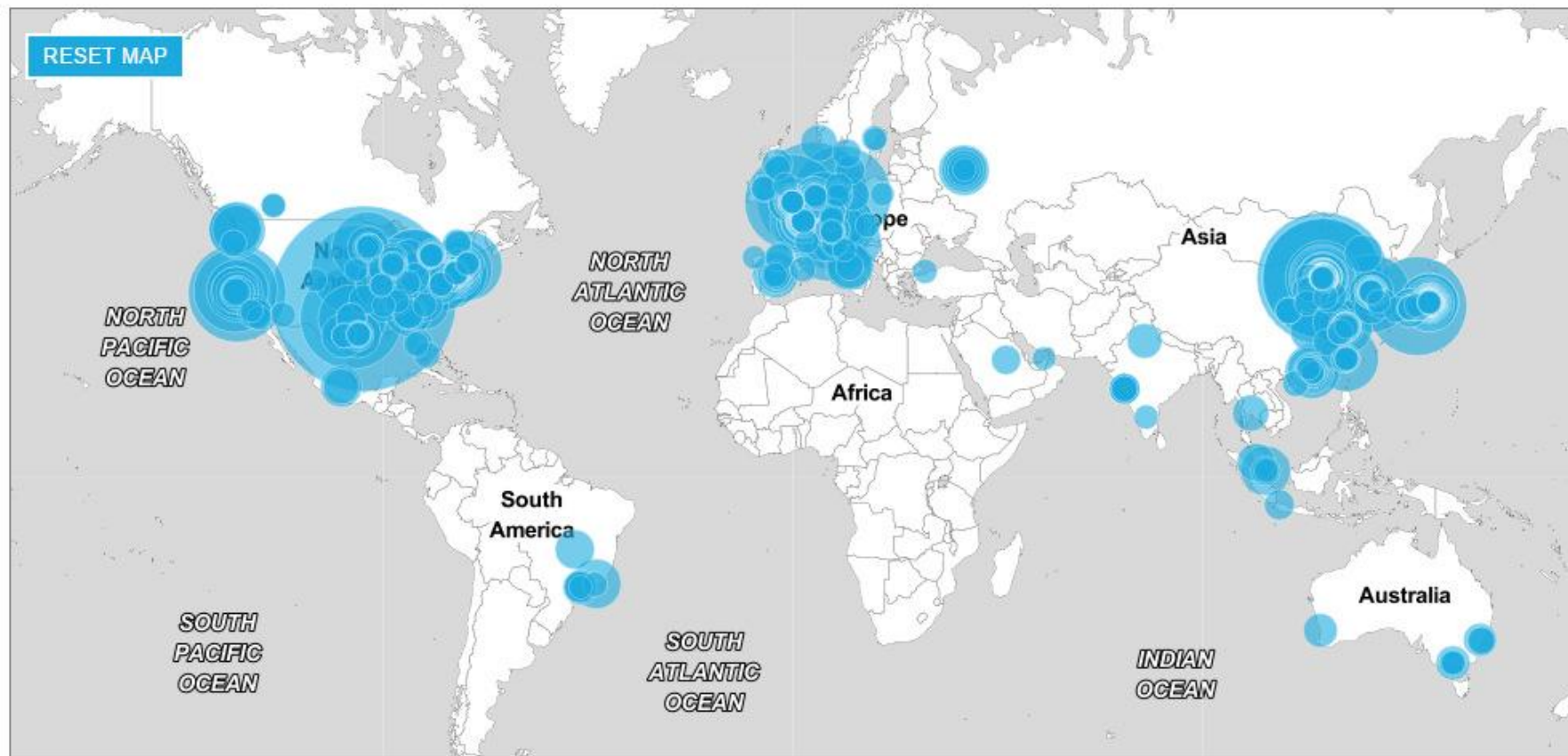


Рис. 2. География компаний рейтинга Fortune 500

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.4. Роль ТНК в мировой экономике

Bloomberg L.P. — один из двух ведущих поставщиков финансовой информации для профессиональных участников финансовых рынков.

Bloomberg

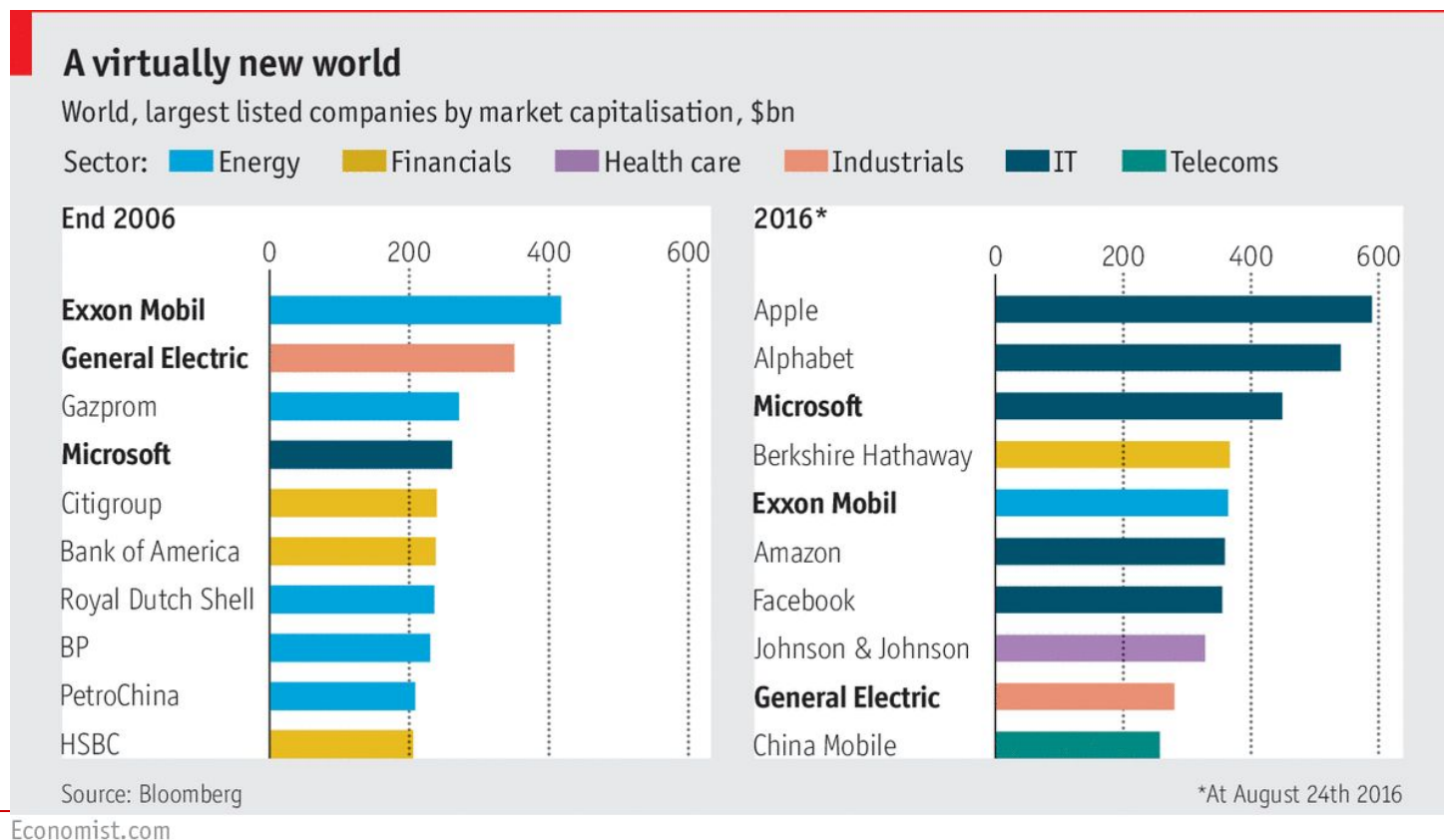


Рис. 3. Рейтинг ТНК от агентства Bloomberg (*рыночная капитализация*)

МОДУЛЬ I. Историко-хронологический и организационно-функциональный базис мировой экономики

Тема 4. Глобализация и развитие международного бизнеса

4.4. Роль ТНК в мировой экономике

Рейтинг корпораций по динамике прибыли

ПОЗИЦИЯ	КОМПАНИЯ	МЕСТО В FORTUNE GLOBAL 500	ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ЗА 2015 ГОД, МЛН. \$	ИЗМЕНЕНИЕ ПРИБЫЛИ ПО СРАВНЕНИЮ С 2014 ГОДОМ
1	Apple	9	53394	+35,1%
2	Industrial & Commercial Bank of China	15	44098	-1,5%
3	China Construction Bank	22	36303	-1,8%
4	Agricultural Bank of China	29	28735	-1,3%
5	Bank of China	35	27186	-1,2%
6	JPMorgan Chase & Co.	55	24442	+12,3%
7	Berkshire Hathaway	11	24083	+21,2%
8	Wells Fargo	67	22894	-0,7%
9	Toyota Motor	8	19264	-2,5%
16	Exxon Mobil	6	16150	-50,3%
20	Walmart	1	14694	-10,2%