**Вопрос 13.**

 Особенности международного предпринимательства, свободные экономические зоны (СЭЗ), формы СЭЗ, оффшорные образования.

 На рубеже XX-XXI вв. международный бизнес (предпринимательство) стал настолько всеобъемлющим и всепроникающим феноменом современной цивилизации, что дать этому сложнейшему явлению мировой экономики однозначное определение, по-видимому, практически невозможно. Поэтому ниже приводится так называемое конструктивное определение, то есть набор тех характерных черт, которыми категория «международный бизнес» может достаточно полно описываться:

1. Поскольку речь идет о деловых операциях, то международный бизнес, как и внутристрановый имеет главной своей целью извлечение прибыли.
2. Несмотря на то что есть немало примеров международного бизнеса, в которых партнерами выступают, с одной стороны, частная фирма, а с другой — некое правительственное учреждение другой страны, все же более характерным следует считать либо межфирменные операции такого рода, либо внутрифирменные — в том случае, когда разные подразделения фирмы расположены в ряде стран и пяти подразделения взаимодействуют между собой. Иными словами, международный бизнес — это в первую очередь деловое взаимодействие частных фирм либо их подразделений, находящихся в различных странах.

 Все вышесказанное относится к бизнесу как таковому, но необходим ответ на главный вопрос: что заставляет бизнес становиться международным, что предопределяет целесообразность, полезность, а нередко и необходимость выхода фирмы за границы собственной страны.

1. Международный бизнес базируется на возможности извлечения выгод именно из преимуществ межстрановых деловых операций, то есть из того факта, что продажи данного товара в другой стране, или налаживание фирмой одной страны производства в другой, пли предоставление услуг совместно фирмами двух стран — третьей и т. д. обеспечивают вовлеченным в бизнес сторонам большие преимущества, чем они бы имели, ведя дело только в своих странах. Это — ключевой момент не только в понимании природы и специфики собственно международного бизнеса, но и в объяснении возникновения и развития международного менеджмента как такового.

 Действительно, ведь собственно решение о начале международных операций и есть (пусть даже чисто формально) тот первый шаг, который в итоге приводит к превращению фирменного менеджмента из страхового в международный (мы в данном случае не касаемся вопроса о том, насколько «международность» охватит все или только отдельные стороны фирменного менеджмента) [2].

 Особенности международного бизнеса.

 Анализ международного бизнеса в контексте проблем эффективного управления им позволяет выделить следующие его родовые черты:

 1. Извлечение прибыли как целевую детерминанту ведения международного бизнеса отличает от аналогичной характеристики странового бизнеса стремление использовать для экономически эффективного ведения деловых операций преимущества выхода за пределы чисто национальных границ.

 2. Стремясь реализовать эти преимущества (а для начала — найти их), предприниматели стремятся использовать дополнительные экономические возможности, вытекающие из:

* ресурсных особенностей зарубежных рынков (имеются в виду ресурсы любых видов);
* емкости зарубежных рынков;
* правовых особенностей зарубежных стран;
* специфики межстрановых (межгосударственных) политических и экономических взаимоотношений, регулируемых соответствующими формами межгосударственного взаимодействия.

 3. Международный бизнес существенно варьируется в зависимости от двух главных параметров его развития и в первую очередь от глубины вовлечения (уровня интернационализации). Своего рода ось развития «чисто строковый бизнес — мультинациональный бизнес» как раз и включает этапы роста этого уровня: от разовых экспортных поставок на зарубежный рынок до развитой структуры мультинациональной корпорации, для которой НИОКР, производство и дистрибьюция являются сферами, покрывающими весь земной шар и охватывающими десятки стран и сотни рынков.

 4. Чем более интернационализируется любой страновый бизнес, тем в большей мере ему доступен глобальный бизнес-сервис, то есть абсолютно не зависящий от национальной принадлежности и ориентированный только на экономическую эффективность пакет разнообразных услуг: от научных до финансовых и от транспортных до подбора интернациональных коллективов, который позволяет сегодня максимально реализовать возможности международности в бизнесе.

 5. Есть ряд непременных условий, которые ставит международный бизнес перед любой фирмой, стремящейся серьезно войти в него, и важнейшее из них — учет в бизнесе культурного фактора, то есть всей совокупности требований и ограничений, накладываемых культурой данной страны на тех, кто ведет в ней (или с ней) бизнес. Эта проблема остра ровно настолько, насколько разнятся культуры страны базирования данной фирмы и той или иной страны ее пребывания. Извлечение (или потеря) дополнительной прибыли за счет культурного фактора зависят, естественно, от организации, ситуационных факторов и т. д.

 6. Глобальный характер международного бизнеса есть его важнейшая определяющая черта сегодня: он, по существу, охватывает мировую систему информационного делового обмена, всемирный финансовый рынок, глобальную структуру технологических нововведений и т. д. (и сам охватывается ими). По мере продвижения от уровня к уровню интернационализации все более возрастает значение того, как это качество проявляется в данном бизнесе или, точнее, как эффективность этого бизнеса определяется использованием глобализации. А уже сама глобализация органически переплетает внутри себя те пять характерных признаков, которые отмечены выше (доступность и всеобщность; ступенчатость развития; технологическая глобализация; финансиаризация; дивергентно-конвергентное взаимодействие национального и интернационального).

 7. И наконец, международный бизнес как система обновляющихся и сложно взаимодействующих профессиональных знаний принципиально более высокого уровня, нежели имеющаяся в любом страновом бизнесе — еще одна и, по-видимому, наиболее важная современная характеристика этой категории.

 8. «Мультиповерхность» соприкосновения с рынком и «экстрагирование» лучших национальных образцов позволяет международному бизнесу постоянно впитывать все лучшее в мировой практике. Международный бизнес как «опыляющая пчела» вызывает сегодня особый интерес.

 9. Информация — главный стратегический ресурс, а адаптивность — главное стратегическое оружие.

 10. Принципиальным отличием международного бизнеса является возможность так называемой обратной оценки страновой ситуации: негативные тенденции в экономике страны (или отдельной ее отрасли) могут быть совершенно иначе расценены международной фирмой, поскольку именно эти тенденции и могут открыть фирме дополнительные возможности бизнеса.

 11. В отличие от внутристрановой конкуренции международный бизнес может ощущать поддержку своего государства в борьбе с конкурентами во многих неявных формах.

 Различия в международной ориентации и подходе к международным рынкам, на которых осуществляют свою деятельность компании международного бизнеса, могут быть выражены одной из трех концепций международного управления:

 1. Концепция расширения внутреннего рынка.

 Сущность концепции: компания, с целью расширения продаж своей продукции выходит на иностранные рынки, но рассматривает свои международные операции как второстепенные, предназначенные для расширения внутренних операций на отечественном рынке. Бизнес на внутреннем рынке является приоритетным, а продажи за рубежом рассматриваются как прибыльное расширение операций на внутреннем (отечественном) рынке. При такой концепции, организация может стремиться усилить свои позиции на иностранных рынках, тем не менее, ориентируясь в основном на внутренний рынок.

Для международных продаж действует следующая установка: реализовать иностранным потребителям продукцию, предназначенную для внутреннего рынка, и сделать это в той же манере, как это осуществляется на внутреннем рынке.

 2. Концепция мультивнутревнего рынка.

 Сущность концепции: компания придает значение различиям зарубежных рынков и считает необходимым видоизменять свой бизнес в других странах в организационном смысле. При такой концепции, организация составляет отдельные маркетинговые стратегии для каждого отдельного рынка зарубежной страны. Компания, выбирающая такую концепцию, старается адаптироваться к каждому локальному рынку зарубежной страны. Продукция адаптируется для каждого отдельного рынка без согласования и связи с другими рынками зарубежных стран. При этом рекламные кампании, ценовая и распределительная политика осуществляется индивидуально для каждого отдельного рынка.

3. Концепцией глобального предпринимательства.

 Сущность концепции: деятельность компании охватывает весь мир. При такой концепции, компания стремиться разработать стандартизованный товар, надёжного качества, который должен продаваться по приемлемой разумной цене на глобальном рынке. Такая концепция ориентирует мировой рынок к покупателям для удовлетворения их потребностей и желаний. В такой ситуации, компания пытается стандартизировать многие свои действия, и придать им одинаковую направленность во всём мире. Глобальная компания расценивает мир в целом как единый рынок и разрабатывает глобальную стратегию деятельности.

 В мировой практике внешнеэкономической деятельности существуют различные модели территориально-хозяйственного управления. В этом ряду комплексных формирований есть и такие хозяйственные структуры, которые известны как *свободные экономические зоны* (СЭЗ). Различные типы таких зон называют “островками” мирового хозяйства, “окнами” для притока в многочисленные регионы и страны зарубежных инвестиций, технологий, управленческих навыков. Наконец, в СЭЗ многие экономисты видят прототип новой политики “открытых дверей” в мировую систему хозяйства [3].

 Создание и становление СЭЗ направлено на либерализацию и

активную внешнеэкономическую деятельность. Экономика таких зон имеет высокую степень открытости мировому рынку, а таможенный и налоговый режимы благоприятны для национальных и зарубежных инвестиций.

 Свободные экономические зоны получили широкое распространение во многих странах. Свободные (специальные) экономические зоны представляют собой определенные территории, где возможно создание

особо благоприятного экономического режима для деятельности иностранного капитала. СЭЗ позволяют активно формировать экономику

открытого типа, выступают своеобразным “передним краем”, на котором применяются современная техника и технологии, мировые научно-технические достижения, современные методы управления экономикой , иностранный капитал и т.д. В зонах свободного предпринимательства создается современная инфраструктура, необходимая для деловой активности .

 Открытость мировому рынку делает СЭЗ привлекательными для транснациональных компаний, миллиардные инвестиции которых вкладываются на всех континентах.

 Свободные экономические зоны – области очень высокой концентрации торговых, финансовых, технологических, производственных связей. Они являются очагами высокого уровня развития рыночных отношений, предпринимательства, местом совершенствования технологии и управленческого механизма . Эти формирования на исходе ХХ века

превратились в весомый фактор мировой экономики и представляют

собой своеобразные “коммерческие центры”, ускоряющие глобальный товарооборот и стимулирующие внешнюю торговлю.

 В Республике Беларусь действуют 6 свободных экономических зон с либеральными условиями хозяйствования в виде льготного налогового, таможенного и регистрационного режимов. Они созданы указами Президента Республики Беларусь на срок от 30 до 50 лет в целях увеличения притока иностранных инвестиций, внедрения новых технологий, развития экспорта, импортозамещающих производств и создания новых рабочих мест. Свободные экономические зоны «Брест», «Минск», «Гомель-Ратон» и «Витебск» имеют опыт работы от 6 до 10 лет, в стадии развития находится деятельность зон «Могилев» и «Гродноинвест», образованных в 2002 г.

 За период своего функционирования СЭЗ доказали целесообразность их создания для социально-экономического развития регионов и республики в целом. За счет привлечения иностранных инвестиций задействуются ранее пустующие и неэффективно используемые производственные площади, создаются новые рабочие места, внедряются современные технологии, растут объемы производства и экспорта товаров из СЭЗ, увеличиваются налоговые поступления и сборы в бюджет и во внебюджетные фонды.

 Оффшор – в переводе с английского «вне границ». Под *оффшорной зоной* понимается государство (часть государства), на территории которого иностранные компании (нерезиденты) осуществляют операции с иностранными физическими или юридическими лицами (нерезидентами) в иностранной для этой страны валюте – при полном отсутствии вмешательства в их деятельность (или при условии минимального вмешательства) со стороны государства, создавшего оффшорную зону.

 То есть, главным признаком оффшорной зоны является освобождение нерезидентов, действующих на данной территории от налогов или, – предоставление им налоговых льгот.

 Изначально, оффшорные зоны образовывались небольшими государствами с целью привлечения на свою территорию зарубежных инвестиций и поощрения международного сотрудничества при минимальных затратах ресурсов. Впоследствии, в 1960-х годах, они получили широкое распространение из-за перехода развитых стран к монетаристской модели управления экономикой, повлёкшей ужесточение требований к банкам.

 Оффшорные зоны и их особенности

 На данный момент по всему Миру насчитывается около 50 стран, на территории которых есть оффшорные зоны. Каждая зона, при этом, имеет свою специфику. В целом, можно выделить следующие типы оффшорных зон:

*Классическая* (с отсутствием налогов и не требующие отчетности) – на территории классических оффшорных зон компании платят государству только фиксированную пошлину за выдачу лицензии на осуществление деятельности, после чего – полностью освобождаются от всех налогов (Багамы, Панама, Виргинские острова и др.)

*Зона низкого налогообложени*я (зоны повышенной респектабельности) – зарегистрированные на её территории компании могут пользоваться существенными налоговыми льготами, но должны ежегодно предоставлять финансовую отчетность контролирующим органам (Венгрия, Кипр и др.);

*Прочие зоны*, на территории которых установлены выгодные условия налогообложения и финансового планирования (Великобритания).

 **Вопрос 19.**

 Общая характеристика международных финансовых рынков.

По своей экономической сущности международный финансовый рынок представляет собой систему определенных отношений и своеобразный механизм сбора и перераспределения на конкурентной основе финансовых ресурсов между странами, регионами, отраслями и институциональными единицами.

С функциональной точки зрения под международным финансовым рынком можно понимать совокупность национальных и международных рынков, обеспечивающих направление, аккумуляцию и перераспределение денежных капиталов между субъектами рынка посредством финансовых учреждений для целей воспроизводства и достижения нормального соотношения между предложением и спросом на капитал.[5]

Определить единую форму международного финансового рынка не представляется возможным, за исключением наиболее яркого его проявления – еврорынков, таких как рынка еврокредитов, рынка еврооблигаций, рынка евродепозитов, объединенных понятием евровалютного рынка.

Функции, выполняемые международным финансовым рынком:

1. Аккумуляция свободных денежных средств и их перераспределение между отдельными отраслями, странами и регионами во всемирном масштабе.
2. Ускорение и рост эффективности производства.

Типы мирового финансового рынка.

Мировой финансовый рынок подразделяется на первичный и вторичный. Они тесно связаны между собой, так как первичный рынок насыщает вторичный ценными бумагами. Первичный рынок служит для перераспределения капитала между кредиторами и заёмщиками (инвесторами и реципиентами). На вторичном рынке меняются только контрагенты, а именно:

* происходит смена владельцев долговых обязательств;
* величина ресурсов первоначальных заёмщиков не меняется.

Вторичный рынок создает механизм перепродажи долговых обязательств, что приводит к росту ликвидности рынка в целом, а, следовательно, возрастает и степень доверия к нему кредиторов-инвесторов. Он обеспечивает, таким образом, бесперебойное функционирование всего рынка ссудных капиталов.

Структура мирового финансового рынка

В рамках мирового финансового рынка выделяют:

1. национальный финансовый рынок;
2. международный финансовый рынок.

В основе этого деления лежит признак подконтрольности национальным системам денежно-кредитного регулирования.

Под национальным финансовым рынком понимается (основной критерий — подчинение национальному законодательству):

* совокупность ссудно-заемных операций резидентов, подчиненных национальному законодательству, в национальной валюте на территории страны ее происхождения (например, кредит, полученный в банке-резиденте в национальной валюте);
* заимствование резидентов в иностранной валюте;
* заимствование нерезидентов в национальной или иностранной валюте в рамках национальной системы регулирования.

Во всех трех пунктах речь идет об операциях с участием банка-резидента.

Мировой финансовый рынок не существует в форме единого рынка, это лишь совокупность взаимосвязанных национальных рынков. Под международным финансовым рынком понимают ссудно-заемные операции в валютах вне стран их происхождения и, следовательно, не подлежащих прямому государственному регулированию со стороны этих стран.

Классификация мирового финансового рынка.

По признаку функциональных различий (или в зависимости от экономического содержания операции) мировой финансовый рынок, как национальный, так и международный, можно разделить на два основных сектора:

1. мировой денежный рынок;
2. мировой рынок капитала.

Денежный рынок делится на:

* межбанковский рынок (то есть рынок межбанковских депозитов), который представляет собой совокупность операций между банковскими учреждениями по предоставлению взаимных
* краткосрочных необеспеченных ссуд на сумму до 1 млн долларов США;
* учетный рынок — учет векселей частного и государственного сектора (казначейские) хозяйствования, а также иных краткосрочных обязательств (иных коммерческих бумаг).

Рынок капитала делится на:

* кредитный рынок (учитывает механизм кредитования);
* фондовый рынок (делится на рынок акций и рынок облигаций).

В структуре еврорынка выделяют (критерий — срок заимствования):

* денежный сегмент;
* кредитный сегмент;
* фондовый сегмент.

Специфика денежного сегмента — заимствования на небольшой срок (1-3 месячные депозиты).

Кредитный сегмент — большой удельный вес приходится на среднесрочные под плавающую ставку процента, такая ставка зависит от ставки, сложившейся на рынке. Среднесрочные синдицированные ролловерные кредиты являются главным инструментом кредитного сегмента, они породили множество проблем на этом сегменте. Проблема состоит в большом риске невозврата кредита.

Процентная ставка, используемая в кредитном сегменте, формируется из двух составляющих: плавающей ставки; постоянной ставки (маржа, которая может иметь как положительное, так и отрицательное значение).

Среднесрочная ставка зависит от статуса заемщика, в соответствии с которым и определяется маржа.

Субъекты и институциональная структура мирового финансового рынка.

Базовые субъекты хозяйствования, представленные на мировом финансовом рынке:

1. предприятия;
2. население;
3. правительства;
4. профессиональные субъекты.

Все указанные субъекты выступают как на стороне спроса, так и на стороне предложения. Любой из них является либо чистым кредитором, либо чистым заемщиком. Средняя величина потенциальных финансовых ресурсов составляет примерно 60-65 %, а реально на практике значительная часть прибыли перенаправляется на расширенное воспроизводство. Таким образом, предприятия являются чистым нетто-заёмщиком. Для того чтобы правительство (государство) могло выступать кредитором, для начала необходимо иметь хотя бы профицит государственного бюджета. Население инвестирует в ценные бумаги, приобретает облигации, то есть выступает чистым кредитором.

Профессиональные субъекты финансового рынка (финансовые посредники):

1) Институты, которые обслуживают функционирование рынка (в том числе, инвестиционно-дилерские компании).

2) Промежуточные заёмщики (обеспечивающие и связанные с непосредственным перетоком капитала).

3) Международные организации (МВФ, МБРР и т.д., они работают по иным условиям, нежели все остальные участники мирового финансового рынка).

4) Трастовые компании, которые оказывают услуги по управлению определенными активами клиентов (управление пакетами ценных бумаг, управление по доверенности, агентские фонды). Фонды таких компаний составляют:

* акционерный капитал самих трастовых компаний;
* гарантийные фонды, принятые к управлению по доверенности;
* наследственные фонды (фонды, управляемые по завещанию собственника в интересах наследника).

5) Страховые компании (занимаются медицинским, гражданским и другими видами страхования).

6) Национальные банки.

7) Пенсионные фонды привлекают ресурсы путем привлечения государственных и частных пенсионных выплат. Им предоставлены определенные льготы, в частности, в сфере налогообложения.

8) Инвестиционные фонды – компании, которые продают свои акции или паи (в зависимости от организационно-правовой формы - существуют Акционерные ИФ и паевые ИФ) юридическим или физическим лицам, а затем инвестирует вырученные средства в самые различные ценные бумаги. Цель – сформировать доходный пакет ценных бумаг, посредством их диверсификации. В основе прибыли – колебания рыночной стоимости ценных бумаг, входящих в состав портфеля компании. Выделяют две разновидности инвестиционных фондов:

* открытые фонды (создаются на неопределенный срок, осуществляют дополнительную эмиссию акций по решению участников фонда или акционеров, паи можно приобрести или погасить у эмитента в любой срок);
* интервальные фонды (продажа и погашение паев происходит в определенные сроки, определяемые инвестиционным фондом, в большинстве случаев это одна или две недели ежеквартально);
* закрытые фонды (выпускают акции только в момент своего образования, то есть не происходит дополнительной эмиссии акций, вкладывают полученные средства в ценные бумаги с целью получения дохода от роста капитала, паевые фонды имеют определенный срок существования, погашение паёв происходит только после истечения срока, указанного в договоре, но при этом владелец пая может реализовать его на вторичном рынке).

9) Взаимные фонды (предоставляют определенные удобства своим участникам, в частности, доступ к котировкам ценных бумаг на вторичном рынке).

10) Коммерческие банки – основные посредники в части небанковского сектора, покупают ценные бумаги, государственные краткосрочные облигации и держат их в своем портфеле, предоставляют услуги андеррайтинга. Они относятся к институтам как первичного, так и вторичного рынков.

11) Инвестиционные банки – посредники на рынке ценных бумаг между корпорациями, желающими продать (разместить) свои ценные бумаги, и потенциальными инвесторами, как индивидуальными, так и институциональными. Работают как на национальном рынке, так и на евросегменте.

12) Инвестиционно-дилерские конторы обслуживают своих клиентов, покупая у них ценные бумаги либо продавая их.

**Литература:**

1. Экономика / Под ред. А.С. Булатова. М., 1997- С. 613.
2. «Международный менеджмент»
3. Дергачев В.А. Международные экономические отношения/
4. http://ru.wikipedia.org.
5. Киреев А. П. «Международная экономика» – Т. 1. М.: «Международные отношения», 2002. с. 309.