**Характеристика организационных форм международного бизнеса**

а) Организационные формы с закреплением ю/статуса в стране базирования

Способы создания КОИИ:

путем учреждения новой фирмы с регистрацией в стране базирования

путем приобретения доли в уже действующем предприятии

Мажоритарные – доля иностранных инвестиций доминирует, а также миноритарные

3. путем поглощения предприятия

Создаются виды КОИИ:

А) КОИИ со 100% иностранным участием

Б) совместное предприятие (с долевым участием иностранного капитала)

б) по степени независимости

полностью самостоятельна

ассоциируемая, зависимая компания (associated) с существенной, но не основной долей акций (>20%)

дочерняя компания, филиалы

Организационная форма с закреплением налогового статуса в стране базирования (нерезидента)

Представительства – представляют интересы материнской компании или компании – учредителя, не имеют право заниматься хозяйственной деятельностью с целью получения прибыли

Филиалы – выполняют либо часть функций, либо все функции, включая функции представительства, занимаются коммерческой деятельностью, платят налоги. Они являются обособленным подразделением иностранного ю/л., находятся на его балансе. Иностранное ю/л несет полную ответственность по делам представительства, филиалов. И представительство, и филиалы функционируют на основе положения о них. Поскольку у них нет независимого ю/статуса, они подлежат не регистрации, а аккредитации.

3. Деятельность, основанная на договорных отношениях – это контрактные, совместные предприятия без ю/л, без закрепления налогового статуса. Каждая из сторон платит налоги в своей стране. Они ведут раздельный учет.

**Типы договорных отношений**

Каждая сторона сохраняет свою независимость и действует как самостоятельный субъект права.

Соглашение о трасте – когда ведение общих дел партнеров доверяется третьему лицу (ю/л). Посредниками чаще всего являются инвестиционные компании, холдинги.

**Классификация моделей и методов международного бизнеса, их основные черты**

Торговые модели (экспорт и импорт – см. начало вопроса №76 и вопрос №70). В основе выделения модели лежит критерий собственности. Главное отличие в том, что это видимый экспорт и импорт, четко прослеживается момент перехода товара от одной стороны к другой. Риски не делятся. Товары сопровождаются всевозможными таможенными процедурами. Экспорт и импорт являются 1-ой международной операцией, которую осуществляет фирма.

Разновидности торговли:

торговля топливно-сырьевыми, с/х товарами (биржевые)

торговля готовой продукцией: машинами, оборудованием

встречные поставки:

бартер

встречные закупки

компенсационное соглашение (возвращение кредита товарами)

выкуп устаревший продукции

операции с давальческим сырьем

Прямой экспорт

Через посредника

Экспортные операции позволяют осуществить полный контроль над своей продукцией, качеством.

Торговля услугами – невидимые блага. В большинстве случаях услуги производятся и потребляются одновременно, не подлежат хранению, в основном базируются на прямых контрактов.

Отличие: торговля услугами встречает больше барьеров, услуги, как правило, сильнее защищены государством: банковские и страховые услуги. Относительная ограниченность услуг, подлежащие обмену, торговле. Не: бытовые, коммуникационные услуги.

Платежи за них могут выступать в 2 формах:

комиссионные

роялти – выплаты за предоставление актива в пользование на определенный срок и на определенных условиях (продажа лицензий на право пользование товарным знаком, патентом, ноу-хау)

**Лицензирование**

Торговля нематериальными активами:

1. авторские права

2. патенты

Изобретение (патенты – 20 лет)

полезные модели (свидетельство – 5 лет)

промышленные образцы (патенты – 10 лет)

3. товарные знаки, фирменные наименования

4. Ноу-хау

Конвекционный приоритет – приоритет регистрации в других странах: изобретение и полезные модели – 1 год, товарный знак и промышленный образец – 6мес.

Виды лицензий:

1. простая не ограничивает прав лицензиара по продаже лицензии другим лицам или самостоятельному использованию

2. исключительная – монопольное право на использование объекта лицензирования в определенных пределах, в определенной сфере (только при производстве таких-то товаров, на определенной территории, лицензиат может осуществлять сбыт только через сеть лицензиара, …)

3. полная – переуступка прав на весь срок ее действия, на любой территории

4. сопутствующая – передается в рамках контракта на поставку машин, оборудования

5. перекрестная – взаимный обмен лицензиями

6. открытая – может пользоваться любой, регистрация дешевле в 2 раза

7. принудительная – заставляют передавать права другим лицам для поощрения конкуренции

Виды лицензионных платежей:

роялти – периодические отчисления в % от объема реализации, прибыли..

паушальный – заранее фиксированный

комбинированный

**Управленческие контракты**

Проекты под ключ

Международный инжиниринг

Международный лизинг

Международное страхование и банковские операции

Международная транспортировка

Международный туризм

2. Кооперационные модели = неформальные, стратегические альянсы

Партнерства предприятий без создания ю/л и долевого участия в его УК

= Контрактные, совместные предприятия

Разделение собственности, разделение рисков.

Стратегические альянсы

Критерий с/а – наличие по крайней мере 2 субъектов разной государственной принадлежности

Формы с/а:

Формальный альянс (with equity investment) - альянс под единой организационной формой (совместное предприятие). Каждый вкладывает в УК предприятия, они делят между собой все имущество.

Неформальный альянс (without equity investment) – контрактная форма. Главная цель – это объединение ресурсов партнеров и разделение риска.

В зависимости от мотивов создания они делятся на 2 группы:

Совместные предприятия с местным (национальным) партнером

Мотивы:

местный партнер лучше знает местные условия деятельности, рынок, поставщиков, потребителей, каналы распределения

уменьшение угрозы национализации

облегчение доступа к местным ресурсам

облегчение привлечение квалифицированных кадров

Совместное предприятие двух или более участников из разных стран на территории третьей

Мотив – использование благоприятных факторов среды бизнеса в принимающем государстве

Разновидности СП в зависимости от долей:

Паритетные СП (50/50) – приводит к неразрешимым разногласиям

Мажоритарные – иностранная доля > местной

Миноритарные

49/49, а оставшиеся третьей независимой стороне. Как правило, это солидная адвокатская компания

Вспомогательная форма используется крайне редко. Все акции или доли сосредоточены в руках одного партнера с последующим перераспределением в пользу другого партнера.

**Признаки СП:**

Объединение собственности

Распределение прибыли между участниками

Совместное управление предприятием, совместное принятие решения

Коллективная ответственность за результаты работы

Еще 1 мотив создания СП – это прямые и косвенные ограничения в отношении иностранного капитала.

Прямые ограничения – либо полное запрещение иностранного владения, либо лимитирование доли иностранного участия. (Индия – не больше 40%, Иран – 49%, Саудовская Аравия – 80%)

Косвенные ограничения – отмена или снижение льгот предприятия, удельный вес иностранной собственности которого превышает какую-то величину. Как это обходят: иностранный инвестор подписывается на максимальную долю акций, разрешенных законодательством, но при этом обеспечивает себе большое участие и больший контроль, назначение акционера по доверенности.

**Инвестиционные модели – иностранные инвестиции**

Сопровождаются вложением капитала и владением собственности за рубежом в рамках какой-либо организации. Разделятся риски, собственность, но в дополнение к кооперационной модели разделение всего имущества.

Прямые – сопровождаются более интенсивным обменом новыми технологиями и квалифицированными специалистами

Портфельные. Их цель – получение дивидендов

По Российскому законодательству под прямыми инвестициями подразумевается:

приобретение доли в УК в размере не менее 10%

любое вложение капитала в основные фонды филиала иностранного ю/л

осуществление финансового лизинга на территории РФ, таможенной стоимостью не ниже 1 млн. руб.

Предприятия и правительства стремятся участвовать в прямых инвестициях, чтобы расширить рынки и приобрести сырье и материалы, ресурсы. Правительства к тому же могут стремиться к политическим преимуществам.

Транспортировка некоторых товаров увеличивает издержки настолько, что делает торговлю ими невыгодной. Избыточные отечественные производственные обычно побуждают к экспорту, а не к прямым инвестициям, создают конкурентоспособность посредством установления цен на базе переменных издержек.

При крупносерийном технологическом процессе производство и экспорт обычно снижают фактическую себестоимость путем распределения постоянных затрат на большее число единиц продукции. При мелкосерийном технологическом процессе производство по странам обычно снижает фактическую себестоимость, поскольку сведены к минимуму транспортные перевозки.

Если на импорт наложены жестокие ограничения, то компания часто организует местное производство для обслуживания местного рынка, фирмы больше стремятся к организации местного производства, если потенциал рынка высок и на этом рынке выгодно реализуется эффект масштаба.

Потребители иногда предпочитают продукцию отечественного производства по таким причинам, как национализм; вера в то, что отечественная продукция лучше; боязнь того, что товары иностранного производства не будут доставлены вовремя; большее соответствие своих товаров местным вкусам.

Компании могут удерживать своих клиентов путем организации производства за рубежом, когда эти клиенты также создают зарубежное производство.

В олигопольных отраслях конкуренты часто осуществляют прямые инвестиции в определенной стране в одно и то же время.

Месторасположение производства с минимальными издержками меняется за счет инфляции и повышения ставок з/п.

При вертикальной интеграции сырьевые материалы, производство и сбыт зачастую размещаются в разных странах. По большей части вертикальная интеграция рассчитана на снабжение.

При рационально организованном производстве различные комплектующие детали или узлы изготавливаются в разных частях мира. К преимуществам такого типа производства относятся: разная стоимость производственных факторов, длительный выпуск продукции. Проблемами являются: необходимость убеждения правительства в том, что отечественное производство действительно будет иметь место, более высокий риск прекращения работы, ведение учета и отчетности.

Компания может оформить свое присутствие в стране для расширения возможностей доступа к знаниям и другим ресурсам.

Теория жизненного цикла товара показывает, что новая продукция производится главным образом в промышленно развитых странах, товары на этапе зрелости, скорее всего, будут производиться в развивающихся странах.

Преимущества приобретения доли участия: отсутствие проблем, характерных для пускового периода нового предприятия, более легкая финансовая ситуация, сохранение прежнего объема производственных мощностей на рынку.

Фирмы могут принять решение о строительстве, если: для приобретения нет подходящей фирмы, покупка фирмы создаст серьезные проблемы, приобретение трудно финансировать.

Наиболее преуспевающие фирмы, особенно располагающие уникальными преимуществами, вкладывают средства за рубежом. Прямые инвестиции за рубежом помогают фирмам добиться большего успеха внутри своей страны.

Фирмы с заграничными инвестициями обычно имеют более высокую прибыльность, достигают большей устойчивости продаж и прибыли.

Место и роль интернализации в жизненном цикле фирмы. Стадии интернализации деятельности фирмы

Интернализация хозяйственной деятельности (going international) – переход фирмы в новое качественное состояние. Интернализация в момент создания.

Стратегический альянс требует либо договора, либо новой организационной формы

Зарубежное инвестирование (экспорт)

Импорт (иностранное инвестирование)

Место и мотивы интернализации:

Сохранение или увеличение объема производства в случае снижения спроса на внутреннем рынке.

Нацелена на то, чтобы сгладить резкие колебания спроса. Стремление продлить жизненный цикл товара

Связана с получением признания за рубежом и завоевания международного престижа для фирмы и ее товара

Стремление окупить затраты на рынке исследований и инноваций быстрее, чем это можно сделать на внутреннем рынке

Освоение передового опыта ведения бизнеса (управленческий ноу-хау), обучение и повышение компетентности персонала фирмы

Улучшение ликвидации актив фирмы за счет использования зарубежных источников валютных средств

А главная цель интернализации получение дополнительной прибыли за счет выхода на дополнительные рынки.

Факторы:

более выгодные правовые, налоговые условия деятельности за рубежом (оффшоры)

новые потенциальные рынки сбыта

получение доступа к более дешевым видам ресурсов: материалы, труд, финансы

поиск уникальных ресурсов

диверсификация

уровни конкуренции

использование удобного географического положения

высокие технологии

расширение продаж с целью обеспечения достаточного уровня для инноваций

Стадии (уровни) интернализации

Национальный – когда операции осуществляются только внутри одной страны

Региональный экспортер – осуществляет операции в рамках географически очерченного региона за рубежом, при этом обслуживаемый рынок является гомогенным.

Экспортер – осуществляет операции из центрального офиса (штаб-квартиры). Экспортер продает в различных странах, маркетинговые операции выносит за пределы страны, осуществляет маркетинг там, где реализует продукцию

Интернациональный, международный – региональные операции автономны, но ключевые решения принимаются в центральном офисе, кроме маркетинг за рубеж выноситсяпроизводство и сборка

Переходный от интернационального к глобальному – основывается на функционировании независимых, самофинансирующихся филиалов в различных странах. Штаб-квартира координирует следующие деятельности: инновации, снабжение, финансирование.

Глобальный – децентрализация операций в разных странах. Ни один регион не считается с главной базой для решения каких-либо задач. Главный принцип – рациональное функционирование осуществляется там, где это целесообразно и удобно.

**Стратегические и процедурные аспекты экспорта и импорта товаров**

Потенциальный импортер должен учитывать аспекты двух видов – процедурные и стратегические. Процедурные относятся прежде всего к таможенным правилам и нормативам в отношении импорта. Импортные операции невозможно осуществлять, не обладая определенным опытом общения с соответствующими учреждениями и подготовки необходимой документации, а именно этого фирма иногда старается избежать. Тогда на помощь приходит брокер по импорту. Брокер получает разрешение от государственных органов и обеспечивает таможенную очистку перед заполнением необходимых бумаг, например, коносамента (bill of lading) транспортной компании, которая доставляет товары из порта разгрузки импортеру. Коносамент служит в качестве:

расписки за товары, переданные транспортно-экспедиционной компании для перевозки к месту конечного назначения;

контракта на предоставление услуг со стороны транспортно-экспедиционной компании;

документа, удостоверяющего право собственности на товар.

Стратегические аспекты проявляются в длительной перспективе. Фирмы зачастую предпочитают иностранные, а не внутренние товары, исходя из следующих основных причин: цена; качество; недоступность некоторых материалов в своей стране; ускорение и непрерывность поставок; более эффективное техническое обслуживание; современная технология; достижение определенных маркетинговых целей (особенно с оффсетными сделками, когда от фирмы требуют импортировать какие-то товары из страны, в которой она хочет сбывать свою продукцию); связь с иностранными предприятиями, являющимися иностранными филиалы головной фирмы; конкурентная борьба (стремление убедить местных поставщиков удерживать цены на низком уровне).

Несмотря на известные выгоды, с услугамии иностранных поставщиков сопряжены и некоторые трудности: выбор за границей месторасположения и поставщиков с хорошей репутацией; время подготовки к выпуску продукции и сроки поставок; трудности экспедиторского сопровождения поставляемых материалов и непосредственных контактов с иностранным персоналом; политические проблемы и трудности установления нормальных отношений с персоналом иностранного предприятия; колебания обменных курсов; методы осуществления платежей; качество товаров; брак и проблема возврата дефектной продукции; таможенные тарифы и пошлины; расходы на оформления дополнительной документации, необходимые для таможенной очистки; правовые проблемы; транспорт; язык; культурные и социальные традиции.

Компаниям приходится находить разумное равновесие между низкой стоимостью рабочей, качеством и надежностью поставок.

Разработка стратегии экспорта означает, что фирма обязана:

оценить свой экспортный потенциал: взвесить возможности и ресурсы

получить помощь экспертов по экспорту

выбрать рынок или рынки, которые часто заканчиваются неудачей, если экспортер просто откликается на просьбы, поступающие из-за границы и основанные на осмотре торговых выставок, ознакомление с рекламой или публикациями в торговой прессе. Фирма должна сама, и только сама, выбирать рынки. Из-за значительных различий между рынками разных стран лучше всего изучить несколько основных, а не пытаться охватить исследованием сразу все рынки данной продукции по всему миру.

определить цели и обеспечить поступление своей продукции на выбранной рынок или рынки.

Компании, занимающейся или планирующей заняться экспортной деятельностью, следует решить, кто именно будет выполнять, в этой связи некоторые важные функции – сотрудники компании или другие фирмы по контракту. Речь идет о следующих функциях:

стимулирование сбыта, получение заказов, исследование рынков;

выполнение кредитных исследований, осуществление платежей и инкассация поступлений;

организация перевозки грузов за границу;

поддержка персонала фирмы, занимающегося сбытом, распределением и рекламой.

Для доставки товаров на рынок следует использовать услуги сторонних специалистов. Прямая продажа сопряжена с деятельностью представителей фирмы по сбыту, торговых агентов, оптовых или розничных торговцев.

**Влияние резидентности фирмы на особенности ее функционирования**

Соотношение международного и национального права

Международное право 🡪 Международное соглашение, которое определяет общие правила сотрудничества.

Национальное право 🡪 Национальное соглашение, по которому регулируются конкретные отношения, возникающие между субъектами. При наличии расхождений применяются правила Международного права.

Инвестиционное право:

регулирует деятельность иностранного инвестора на территории данного государства;

отражает отношения государства и иностранного инвестора

национальность международного предприятия, фирмы

Если фирма является ю/л, то каков статус этого ю/л, какому закону оно подчиняется?

В доктрине установлено, что ю/л подчиняется законом того государства, которому оно принадлежит.

самый распространенный подход, критерий – место регистрации ю/л

разделение принадлежности в зависимости от подсудности. Для определения подсудности используется критерий инкорпорации, а для определения статуса налогоплательщика – принцип место действия

критериев много. В случае неопределенности вопрос о статусе предприятия решается судом на основе совпадения критерий:

место регистрации

место осуществления деятельности

место нахождения офиса

место нахождения учредителей

- Если ю/л инкорпорирован в одной стране, офис – в другой, а учредители – из разных стран, то в этом случае только суд может решить этот вопрос.

Мотивы и риски интернализации

главная цель интернализации получение дополнительной прибыли за счет выхода на дополнительные рынки.

Факторы:

более выгодные правовые, налоговые условия деятельности за рубежом (оффшоры)

новые потенциальные рынки сбыта

получение доступа к более дешевым видам ресурсов: материалы, труд, финансы

поиск уникальных ресурсов

диверсификация

уровни конкуренции

использование удобного географического положения

высокие технологии

расширение продаж с целью обеспечения достаточного уровня для инноваций

Мотивы:

Сохранение или увеличение объема производства в случае снижения спроса на внутреннем рынке.

Нацелена на то, чтобы сгладить резкие колебания спроса. Стремление продлить жизненный цикл товара

Связана с получением признания за рубежом и завоевания международного престижа для фирмы и ее товара

Стремление окупить затраты на рынке исследований и инноваций быстрее, чем это можно сделать на внутреннем рынке

Освоение передового опыта ведения бизнеса (управленческий ноу-хау), обучение и повышение компетентности персонала фирмы

Улучшение ликвидации актив фирмы за счет использования зарубежных источников валютных средств

За счет каких факторов?

Увеличение прибыли за счет вложения капитала в страну необходимыми ресурсами или создающих благоприятные условия для бизнеса (инвестиционный климат)

Продвижение своих товаров и услуг на новые рынки

путем простых экспортных операций

путем создания собственного представительства и производства

путем организации сети послепродажного обслуживания

За счет внедрения собственных научно-технических разработок, в особенности тех, которые не находят применения в собственной стране

Диверсификация деятельности. Распределение финансовых и производственных рисков.

Развитие различных форм совместного предпринимательства, стратегических альянсов. Распределение ресурсов и рисков.

Риски интернализации

Риски, связанные с новыми условиями хозяйствования. «Успех в своей стране никогда не означает автоматический успех за ее пределами»

Политические риски

Финансовые риски

режимы перевода капитала и прибыли. Репатрияция – в валюте, реинвестирование – возможна только тогда, когда прибыль получена в рублях. Запрещается переводить иностранцам рублевую прибыль за пределы России

связанные с колебание курса валют

увеличение % ставок по займам и кредитам

Трудности интеранализации

Дополнительные затраты на исследование зарубежной среды бизнеса. Отдача в лучшем случае возможна только через 3-5 лет

Усложнение управление фирмой, т.к. мы можем применять различные организационные структуры

Необходимость модификации и адаптации товара

Сложности, связанные с поиском иностранного партнера