

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

З.Э. Непсо, магистрант

М.Н. Поддубная, канд. экон. наук, доцент

Кубанский государственный университет
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2411-0450-2025-5-257-261

Аннотация. Статья посвящена исследованию международного предпринимательства как ключевого элемента современной экономики. Раскрываются его сущность, формы и значение для развития компаний в условиях глобализации. Проанализированы факторы, влияющие на выбор стратегии выхода на зарубежные рынки, а также инструменты повышения эффективности международной деятельности. Приводятся рекомендации по использованию форм и механизмов международного предпринимательства с учётом особенностей внешнеэкономической среды.

Ключевые слова: международное предпринимательство, интернационализация, формы выхода на рынок, внешнеэкономическая деятельность, экспорт, совместное предприятие, транснациональная корпорация, инструменты международного бизнеса, факторы выбора, глобализация, международный менеджмент.

В условиях глобализации международное предпринимательство становится важной составляющей экономической деятельности компаний. Под международным предпринимательством понимают коммерческую деятельность субъектов хозяйствования, осуществляемую на мировом рынке и предусматривающую взаимодействие как минимум двух стран. Такая деятельность реализуется посредством научно-технического, производственного, торгового, сервисного и иного сотрудничества между фирмами разных стран. Главным мотивом выхода на зарубежные рынки выступает увеличение масштабов и эффективности бизнеса за счёт интернационализации производства и доступа к дополнительным ресурсам. По сути, международное предпринимательство во многом совпадает с понятиями «международный бизнес» или «международная коммерческая деятельность», которые определяются как предпринимательская деятельность с участием фирм из разных стран и использованием международного капитала. В данной статье раскрываются основные характеристики международного предпринимательства, его формальная классификация и факторы, влияющие на выбор тех или иных организационных форм выхода на внешний рынок.

Международное предпринимательство можно определить как инициирование и осу-

ществление предпринимательской деятельности, связанной с пересечением национальных границ. Субъекты такого предпринимательства стремятся найти деловые возможности за пределами своей страны и использовать их для роста. Оно включает в себя не только торговлю товарами (экспорт-импорт), но и перенос технологий, инвестирование, создание совместных проектов и другие виды международного сотрудничества. Содержание международного предпринимательства характеризуется глубокой интеграцией в мировую экономику: фирмы вступают в глобальное разделение труда, диверсифицируют рынки сбыта и источники ресурсов. При этом предприниматели сталкиваются с более высокой неопределённостью и рисками из-за различий в правовых, экономических и культурных системах.

Ключевые особенности международного предпринимательства включают адаптацию бизнес-моделей к зарубежным условиям, владение иностранными языками и технологиями, а также гибкость и креативность при работе на нескольких рынках. По мнению специалистов, выход на международный рынок требует глобального мышления и учёта национальных различий.

Суть международного предпринимательства заключается в расширении деятельности за пределы национальных границ с целью

увеличения производства и прибыли. Это достигается через взаимодействие с зарубежными партнёрами и освоение новых географических сегментов. Международное предпринимательство служит драйвером глобализации, способствуя обмену инновациями, капиталом и технологиями. В то же время оно требует от предпринимателей новых компетенций – управления рисками, выбора форм сотрудничества и учёта глобальных экономических тенденций.

Международное предпринимательство реализуется в различных организационно-правовых и операционных формах. Классификация строится по степени интернационализации и характеру взаимодействия. Основные формы включают:

– **Внешнеторговые операции** – экспорт и импорт товаров и услуг, включая прямой экспорт, экспорт через посредников, комиссионную торговлю и брокерские услуги. Эти формы не требуют создания юрлица за рубежом и представляют начальный уровень интернационализации.

– **Международная кооперация** – сотрудничество в научно-технической и производственной сферах: совместные НИОКР, контракты на производство, организация сбытовых и сервисных сетей. Эти формы обеспечивают доступ к зарубежным ресурсам без глубокого погружения в местную экономику.

– **Совместные предприятия и стратегические альянсы** – создание СП или заключение долгосрочных соглашений между компаниями разных стран. Включают также лицен-

зирование и управленческие контракты. Такие формы предполагают высокий уровень интернационализации и совместное принятие решений.

– **Транснациональные корпорации и интеграционные объединения** – наиболее развитые формы международного предпринимательства, включая МНК, ТНК, консорциумы и международные альянсы. Это многоуровневые структуры с распределёнными активами и управлением, действующие на глобальном уровне. Они обеспечивают максимальную интернационализацию, часто включающую проекты «под ключ» с участием нескольких стран.

Таким образом, международное предпринимательство охватывает широкий спектр форм – от экспортных операций до транснациональных структур. Выбор зависит от стратегии компании, её продукции и целей интернационализации, но в любом случае требует ориентации на зарубежные рынки и взаимодействия с иностранными партнёрами.

Для реализации международной деятельности компании используют инструменты, обеспечивающие адаптацию к внешним условиям, снижение рисков и усиление конкурентных преимуществ. Эти инструменты делятся на управленческие, финансово-экономические, маркетинговые и институциональные.

На рисунке 1 представлена классификация инструментов международного предпринимательства.



Рис. 1. Инструменты международного предпринимательства

Ключевыми управленческими инструментами международного предпринимательства выступают:

– **Стратегическое планирование выхода на зарубежные рынки** (разработка стратегий

интернационализации, определение приоритетных стран, форм и способов присутствия);

– **Международный менеджмент проектов**, включая распределение ресурсов, контроль выполнения задач в международной среде, формирование транснациональных команд;

– **Управление транснациональными рисками** (политическими, экономическими, валютными, логистическими), включая страхование экспортных операций и хеджирование;

– **Корпоративное управление в международных структурах**, включая выбор моделей (централизованная или децентрализованная структура, холдинговая модель и др.).

Финансово-экономические инструменты включают:

– **Международные расчёты** (аккредитивы, инкассо, банковские переводы, факторинг и форфейтинг);

– **Прямые иностранные инвестиции (ПИИ)** как форма вложения капитала в зарубежные проекты с участием в управлении;

– **Финансовое планирование валютных потоков**, учёт валютных рисков;

– **Оптимизация налогообложения** с учётом двойного налогообложения, применения соглашений об избежании налоговых конфликтов.

В международной среде маркетинговые инструменты приобретают особую значимость:

– **Анализ зарубежных рынков** (оценка потребительского спроса, конкурентной среды, политико-правового и культурного контекста);

– **Адаптация маркетинг-микса (4Р)** под конкретный рынок: локализация продукта, ценообразование, каналы сбыта и рекламные стратегии;

– **Франчайзинг и бренд-менеджмент**, позволяющие продвигать товар с учётом глобальных и локальных особенностей.

К институциональным инструментам относятся:

– **Международные соглашения и нормативно-правовые акты**, регулирующие торговлю, инвестиции и защиту прав инвесторов (например, соглашения ВТО, международные стандарты бухгалтерского учёта);

– **Поддержка со стороны государственных и межгосударственных структур** (торговые представительства, агентства по поддержке экспорта, международные банки развития);

– **Механизмы международного арбитража и правовой защиты**, позволяющие разрешать трансграничные споры.

Инструменты международного предпринимательства должны использоваться в комплексе, с учётом особенностей страны, отрасли и цели компании. Их грамотное применение позволяет минимизировать барьеры интернационализации, повысить эффективность международной деятельности и обеспечить устойчивое развитие бизнеса на глобальной арене.

На выбор формы выхода на иностранный рынок влияет множество факторов. С точки зрения теории международного бизнеса основные из них можно разделить на внутренние (фирменные) и внешние (рыночные и институциональные). Наиболее часто отмечают следующие факторы:

– **Правовые и политические условия.** Законодательство и нормативная среда целевых стран, включающее таможенные барьеры, квоты, ограничения на иностранный капитал и другие государственные ограничения, существенно сужают или расширяют возможности фирмы. Суровые ограничения могут вынудить компанию ограничиться экспортом или лицензированием, тогда как благоприятный инвестиционный климат позволит создать дочерние предприятия.

– **Издержки и требуемые инвестиции.** Уровень затрат на установление каналов сбыта, логистику, маркетинг и создание зарубежной структуры существенно различается для разных форм. Так, экспорт обычно требует меньших капитальных вложений по сравнению с организацией СП или строительства завода за рубежом. Высокие транспортные, таможенные и инвестиционные издержки могут склонить фирму к менее затратным формам (косвенный экспорт, лицензирование).

– **Опыт и ресурсы компании.** Наличие у фирмы опыта работы на международных рынках, финансовых и управленческих ресурсов позволяет ей осваивать более сложные формы. Компании с богатым международным опытом и достаточными средствами способ-

ны сразу вступить в совместные предприятия или открыть филиалы. Для неопытного предпринимателя более реалистичными могут быть постепенные формы интернационализации: экспорт с опорой на посредников и последующее создание представительства.

– **Уровень риска.** Международные операции сопряжены с политическими, экономическими и валютными рисками. Чем выше неопределённость (политическая нестабильность, рыночные колебания), тем осторожнее компания подходит к выбору. Высокий риск снижает привлекательность капиталоемких форм (совместных предприятий, прямых инвестиций) и делает более предпочтительным пассивный экспорт или контракты, где риск ограничен размером разовой сделки.

– **Стратегические цели и контроль.** Желание быстро занять рынок или, наоборот, установить прочный контроль влияет на выбор. Так, компании, стремящиеся к максимальному контролю и долгосрочному присутствию, могут выбирать создание филиалов или СП. Те же, для кого важна скорость и

гибкость, используют экспорт и франчайзинг. Фактором выступает и желаемая степень жесткости контроля над иностранной операцией.

– **Характер продукции и конкуренция.** Сложность и специфичность продукции влияют на форму экспорта. Сложные высокотехнологичные товары часто требуют обслуживания и локализации, что побуждает к созданию СП или лицензионных соглашений. В свою очередь, уровень конкуренции на целевом рынке диктует скорость входа: при острой конкуренции компании вынуждены быстрее закрепляться (экспорт напрямую или СП), тогда как на менее насыщенных рынках могут экспериментировать с более мягкими формами. Упомянуты также такие факторы, как доступ к иностранным технологиям и ресурсам, а также наличие конкурентных преимуществ у местных производителей.

Влияние ключевых факторов на выбор формы международного предпринимательства иллюстрирует рисунок 2.

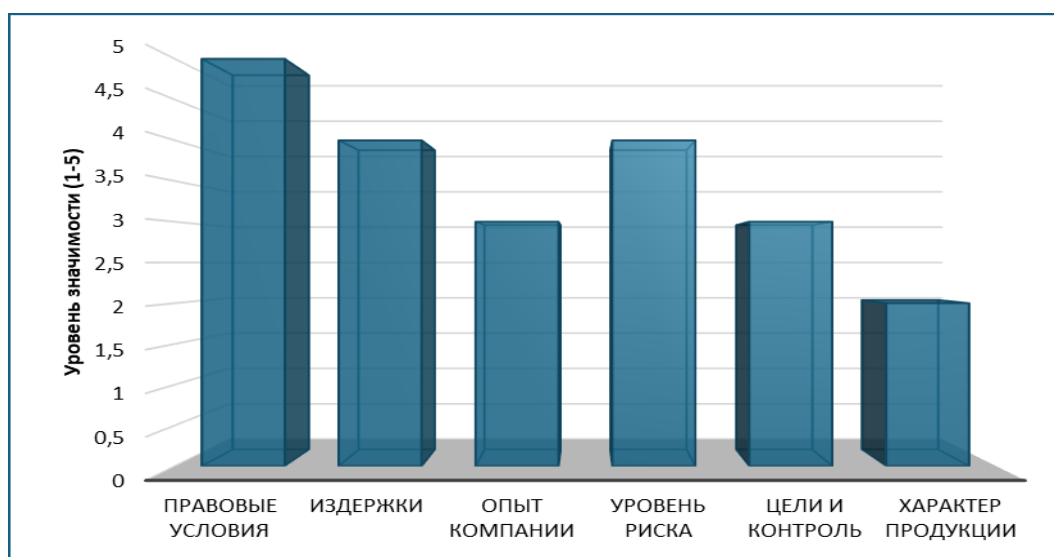


Рис. 2. Значимость факторов выбора формы международного предпринимательства

Перечисленные факторы часто вступают в комплексное взаимодействие. Так, при выборе формы международного предпринимательства фирма оценивает правовую среду, затраты, опыт, риск и контролируемость операций. Только анализ этих параметров позволяет выбрать оптимальную стратегию интернационализации и добиться эффективности деятельности на мировом рынке.

Международное предпринимательство объединяет в себе разнообразные формы бизнеса, выходящего за национальные рамки. Оно играет ключевую роль в современной экономике, позволяя фирмам развивать новые рынки и использовать глобальные преимущества. В рамках теоретических основ мы рассмотрели сущность международного предпринимательства как предпринимательской деятельности, оперирующей на мировом рын-

ке, а также основные организационные формы её реализации (от экспорта до совместных предприятий и транснациональных структур). Выбор конкретной формы определяется множеством факторов – от внутренних возможностей фирмы до внешних ограничений и рис-

ков. Учёт этих факторов и грамотное сочетание форм международного бизнеса обеспечивает компаниям успешное функционирование за рубежом и повышение конкурентоспособности на глобальном уровне.

Библиографический список

1. Родионова Н.В. Международное предпринимательство: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 384 с.
2. Беляев В.И. Международное предпринимательство: учеб.-практ. пособие. – СПб.: Питер, 2018. – 224 с.
3. Международная предпринимательская деятельность / В.Г. Калинин, С.И. Ильин. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 320 с.
4. Иванов И.И. Экономика предприятия: учебник / И.И. Иванов [и др.]; под ред. И.И. Иванова. – М.: Юрайт, 2022. – 416 с.
5. Николаева С.А. Факторы, влияющие на выбор форм внешнеэкономической деятельности предприятий / С.А. Николаева // Вестник ИЖГТУ им. М.Т. Калашникова. – 2022. – № 1. – С. 135-141.
6. Dunning J.H. International production and the multinational enterprise. – London: Allen & Unwin, 1981. – 260 p.
7. Cavusgil S.T., Knight G., Riesenberger J.R. International business: the new realities / S.T. Cavusgil, G. Knight, J.R. Riesenberger. – 5th ed. – Boston: Pearson Education, 2020. – 648 p.
8. World Investment Report 2023 // United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2023>.

THEORETICAL FOUNDATIONS OF INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP

Z.E. Nepso, Graduate Student

M.N. Poddubnaya, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Kuban State University
(Russia, Krasnodar)

Abstract. *The article explores international entrepreneurship as a key element of the modern economy. It examines its essence, forms, and significance for business development in the context of globalization. The study analyzes factors influencing the choice of market entry strategies and tools for enhancing the effectiveness of international activities. Recommendations are provided on the use of forms and mechanisms of international entrepreneurship, taking into account the specifics of the external economic environment.*

Keywords: *international entrepreneurship, internationalization, market entry strategies, foreign economic activity, export, joint venture, transnational corporation, international business tools, decision-making factors, globalization, international management.*