

**Университет «Туран-Астана»**

Алиев У.Ж., Шимшиков Ж.Е., Атирбеков А.Ш

**КУРС ЛЕКЦИЙ  
«ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА»  
Учебное пособие**

**Нур-Султан – 2019**

**УДК 339.9(075.8)**

**ББК 65.58я73**

**А 45**

**Рецензенты:**

Толысбаев Б.С. – д.э.н., профессор Заведующий кафедрой «Менеджмент», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева

Акимов В.В. – к.э.н., профессор, доцент кафедры «Кадастра и экономики» Казахского агротехнического университета им. С.Сейфуллина

Алиев У.Ж.

**А 45**

Основы международного бизнеса: Учебное пособие/  
Алиев У.Ж., Шимшиков Ж.Е., Атирбеков А.Ш. – Нур-Султан: Университет «Туран-Астана», 2019. -109с.

**ISBN 978-601-7871-95-6**

Учебное пособие содержит теоретическую базу для освоения дисциплины «Международный бизнес». Начиная от обзора сущности международного бизнеса, изучающие пособие, переходят к основам организации бизнеса за рубежом, раскрывающим формы внешнеэкономической деятельности, методы управления предприятием, подходы к целеполаганию и стратегическому планированию, особенности финансово-инвестиционной деятельности и управления персоналом.

УДК 339.9(075.8)

ББК 65.58я73

Рекомендовано к опубликованию Решением Ученого совета  
Университета «Туран-Астана»

ISBN 978-601-7871-95-6

©Алиев У.Ж., Шимшиков Ж.Е., Атирбеков А.Ш., 2019

## Содержание

Предисловие	4
Лекция №1 Вводная лекция	6
Лекция №2 Введение в международные бизнес сделки	13
Лекция №3 Закон и сфера международных операций	21
Лекция №4 Экспорт и правовая среда	32
Лекция №5 Риски международных бизнес-операций	40
Лекция №6 Основы управления рисками	48
Лекция №7 Этика международного бизнеса	57
Лекция №8 Особенности в этике международного бизнеса	65
Лекция №9 Организационная этика	70
Лекция №10 Основы борьбы с коррупцией в международном бизнесе	79
Лекция №11 Законодательная борьба с международной коррупцией в развитых странах	89
Лекция №12 Стандарты в международном бизнесе	97
Список использованной литературы	106

## Предисловие

Данный курс лекций, называемый «Основы международного бизнеса», является своеобразным комментарием к учебнику американского исследователя, профессора юриспруденции и правовых исследований Huber Hurst в США Ди Маттео «Международное бизнес-законодательство и правовая среда». В принципе, данный учебник, отобранный в числе ста лучших учебных пособий мира, посвящен в большей степени правовым и законодательным вопросам. Поскольку нас интересовали больше вопросы развития и расширения отечественного экспорта на международные рынки мы отобрали из этой большой книги только те элементы, которые могли бы быть полезными нашим бакалаврам и магистрантам экономических специальностей в целях развития отечественного экспорта.

В рамках 25 лекций нет возможности осветить все вопросы и проблемы, которые поднимает американский автор. Нас заинтересовало то, что американский правовед более глубоко и заинтересованно излагает теорию и практику этических норм и правил в международной торговле. Это было особенно интересным в связи с тем, что пройдя эпоху транзитной экономики, т.е. перехода от административно-командной системы к рыночной экономике, в нашем сообществе совершенно не обсуждались этические, морально-психологические стороны становления рыночной экономики, что и стало причиной тех «лихих 90-х» годов, когда население было беззащитным, а акулы бизнеса действовали нагло и незаконно, в то время как государства переходного периода во всех странах СНГ, в том числе и России не могли противостоять криминальным авторитетам.

В курсе лекций мы концентрируем свое внимание также на вопросах создания международных экономических сообществ, таких как ЕС, АСЕАН, НАФТА, БРИК. Эти вопросы важны, ибо касаются экономической политики нашей страны, когда, с одной стороны мы вовлечены в Евразийский экономический союз, который пока не показал свою эффективность и полезность для нашей экономики. Хотя официальная пресса говорит о том, что этот союз набирает темпы изо дня в день. И с другой стороны мы вовлечены в программу КНР «Один пояс – один путь».

В то же время, мы рассмотрели особенности отдельных стран в решении внешнеторговых вопросов, и их законодательных и правовых основ. Это важно в связи с тем, что нужно различать благоприятные страны для развития экспортной деятельности, и наоборот, страны, где затруднена экспортная внешнеторговая деятельность.

В разработке данного учебного пособия приняли участие старшие преподаватели кафедры «Экономика и инновационный бизнес» Атирбеков А.Ш., Аипов Б.Б.

## Лекция №1 Вводная лекция

**1-вопрос. Обоснование предпосылок.**

**2-вопрос. Значение и ценность книги.**

**3-вопрос. Общие сведения о структуре.**

1. В рамках Государственной Программы «Рухани Жаңғыру» по поручению Главы государства предстояло выбрать лучшие 100 учебников по всему миру, перевести и представить нашей аудитории, обучающейся и стремящейся к новым знаниям молодежи, чтобы они имели возможность непосредственно ознакомиться с лучшими образцами творений ученых разных стран. В числе таких выдающихся трудов, которые отбирала компетентная комиссия экспертов из нашей страны и зарубежные специалисты, выбор пал в области экономических наук на книгу «Международный бизнес законодательство и правовая среда» профессора юриспруденции и правовых исследований Huber Hurst в США Ди Маттео –автора более 80 статей, учебников и книг .В написании книги принял участие Ларри А. в предварительных публикациях по данным проблемам.

Для нашей страны приоритетным направлением выступает на первый план в условиях глобализации: расширение экспорта, освоение мирового товарного и финансового рынков. Стране, где только последние четверть века, формируется рыночная экономика, грамотно организованный и выгодный выход на мировые рынки представляется архиважной проблемой. К примеру, считаю уместным поставить в известность читателей о том, что объем внешнеторгового оборота РК в 2017 году в денежном эквиваленте составил сумму в 77млрд.646млн.800 тыс. долларов США, что на 25% больше показателя 2016 года. Объем экспорта -483421 млн. долларов США, а объем импорта 29304,7млн. долларов США. В целом активный торговый баланс обеспечен, но 85% экспорта минеральные ресурсы т.е. сырье, тогда как импорт машины и оборудования, электроника, а также товары народного потребления. Здесь мы ограничимся этой краткой информацией, а в следующих лекциях можем дать анализ о структуре отечественного экспорта и импорта более подробно.

Процесс сложного становления отечественных субъектов участников на мировом внешнем рынке можно иллюстрировать рисунком 1.



По данным таможенной статистики внешней торговли государств - членов Таможенного союза

График 4

Рисунок 1. Внешнеторговый оборот Республики Казахстан за период 2007-2011 гг. ( млрд. долл. США )

Национальная экономика РК в условиях глобализации все больше интегрируется в мировую экономику под эгидой Всемирной торговой организации, а на этом этапе развития интеграции в мировую экономику все будет зависеть от грамотных действий наших специалистов, курирующих этими процессами. Здесь необходимо четко соблюдать правила игры на основе международного права ведения бизнеса и построения равноценных отношений на основе международного права ведения бизнеса. С этой точки зрения в отечественной экономико-правовой литературе недостаточно фундаментальных учебников, учебно-методической литературы и монографий. Первопричиной этого является слабая англоязычная подготовка ученых и научных работников страны.

Второй причиной является отсутствие реальных примеров и моделей за исключением отдельных случаев в деятельности совместных с иностранными компаниями нашего частного бизнеса представленное крупными национальными компаниями. Не последнее место в неудачных результатов, примером которых служит межфирменная задолженность наших компании и банков, которые из года в год нарастающими темпами увеличивают внешний долг нашего государства. По представленным Счетным комитетом 15-июня текущего года Парламенту РК государственный и гарантированный внешний долг вырос по сравнению с 2013 годом в 5,8 раза до 5005,8 млрд. тенге. Общий долг квазигосударственного сектора в 2017 году составил 14113 млрд. тенге, в том числе внешний долг 8251,2 млрд. тенге наибольший размер долга приходится на ФНБ «Самрук-Казына»- 9887 млрд. тенге. Общий объем внешнего долга в апреле 2018 года составил 166,6 млрд. долларов: 63%-межфирменная, 26%-«других секторов» контролируемых государством, 8% -Госдолг (Правительство и Нац. банк) и 4% -банки второго уровня и АО Банк развития Казахстана.

Не исключаем то, что заключаемые в 90-х годах нашим Правительством явно неравноценных соглашения с западными инвесторами под эгидой создания «наиболее благоприятного инвестиционного климата», в немалой степени был результатом отсутствия должной компетентности наших юристов международных, кстати, их было буквально единицы

по причине отсутствия системы подготовки в советский период, а иностранные наемные юристы международники, консультанты которым интересы нашего государства естественно особую роль не играли.

Часто в мировой практике возникают споры, судебные разбирательства по поводу нарушения международного права ведения бизнеса к примеру: проблема невозврата денег ЕНПФ РК из Азербайджана, замораживание средств Нацфонда РК в США свидетельства не совсем грамотных действий наших финансистов –участников международных экономических, финансовых и правовых отношений, что еще более актуализирует значение рассматриваемой нами книги.

2. В книге Ди Маттео подробно описывается международная бизнес-среда, законы международных деловых операций, этика международного бизнеса, стандарты принимающих бизнес-стран, международные стандарты ведения бизнеса, коррупция и взяточничество в отдельных странах и законодательные методы борьбы с ними. Стратегии международного бизнеса и ведение бизнеса, а самое главное описывается стратегии выхода на внешние рынки и правила создания бизнеса зарубежных странах. Безусловно, перевод и выход на общественность этой книги должен вызвать огромный интерес и достаточно сильный резонанс.

В предисловии автор справедливо отмечает, что его книга представит студентам и бизнесменам правовые принципы регулирующие ведение бизнеса на международном уровне. И при чем, как подчеркивает автор, речь может идти не только о том, как использовать закон для создания ценности и конкурентного преимущества. Транзакционный подход, который применяет Ди Маттео позволяет читателям, студентам проходить через ключевые бизнес транзакции, а также финансировать противостояние, разрешение споров, лицензирование и многое другое, дающее реальное применение действительности.

Данная книга претерпела третье издание в 2017 году Роутленде 711 3 Авеню Нью-Йорка.

Ди Маттео, который законно является автором данной книги был признан таковым в соответствии с разделами 77 и 78 Законом 1988 года об авторском праве, дизайнах и патентах. Во введение книги скрупулезно сообщается о том, что автором все права защищены и никакая часть этой книги не может быть переиздана или воспроизведена или использована другими способами известными или впоследствии изобретенными, включая фотокопирование и запись в любой системе хранения или поиск информации без письменного разрешения издателей.

Безусловно, если данная книга включена в 100 лучших учебников. Мы вполне должны быть уверены, в том что разрешение от издателей книги получено. Немаловажно знать о том как сообщается во введение автором книги первое издание опубликовано Томпсоном в 2003 году. Второе издание опубликовано Томпсоном юго-западной библиотекой каталогизации библиотеки Конгресса США. Кроме того автор

опубликовал в соавторстве с Ларри А. «Международное коммерческое право и правовая среда: Транзакционный подход Ларри А., Ди Маттео».

Это новое издание включает в себя свежий материал по сравнительному договору и закону о продажах. Европейскому частному праву, Альянсом совместными предприятиями. Новая часть включает также о прямых иностранных инвестициях и главу о **развивающихся рынках**.

В это третье издание включены новые главы о праве на неприкосновенность частной жизни и экологических проблемах расширенно глава о всемирно торговой организации. Новым в этом третьем издании можно назвать главу «Основные моменты дела» и мнения судов, содержащие отредактированные судебные транскрипты, выставление аргументов и понимания основополагающих правовых принципов. Эти решения принимаются странами выражающими по настоящему международный взгляд на этот вопрос.

Студенты бизнес права и курсы международного бизнеса у обучающихся найдут ясное понимание автора книги Ди Маттео. Существует сопутствующий вебсайт включает в себя руководство для инструктора Power Points и другие инструменты для поддержки студентов и инструкторов. Это книга является отличным источником экономико-правовых знаний не только для студентов, но для ученых и практиков, заинтересованных в правовых, этических стратегических проблемах в международных деловых операциях. Автор проводит подробный анализ импортных законодательных актов и предоставляет ряд полезных примеров различных видов транзакции.

В предисловии этой книги имеются отзывы других ученых из американских вузов. Дуглас Камминг (Йоркский университет): «книга профессора Ди Маттео хорошо иллюстрированный, всесторонне обоснованный и всеобъемлющий обзор делового права. Содержание книги рассчитано для продвинутого студента, но оно подходит для начинающего как введение в многочисленные темы международного права. международного Четко построенное содержание написанного текста содержит обзор международных проблем и стратегий подробное обобщение основных положений международных соглашений. Инструктор имеет множество исключительно детализированных

тематических исследований и вопросов для работы со студентами.

Следующий рецензент Стефани М.Грин (Бостонский колледж США): Профессор Ди Маттео, как признанный эксперт по международным контрактам включил в книгу информацию о росте объемов глобальной торговли Китая рассматривая при этом сопутствующие экономические и этические последствия, а также правовые вопросы связанные с устойчивостью развития включая экологическую этику изменения мирового климата и права человека, где также поднимаются наиболее насущные проблемы использования студентами своего времени».

Рецензент Павла Репеюски (Университета Лидса Беккета): «В глобализованном мире успех любого участника рынка зависит от соблюдения сложных рыночных правил. Учебник Ди Маттео является полезным руководством в этом деле. Предлагая всесторонний обзор международных деловых операций посредством оценки применяемых теорий, подтверждающих практическими примерами о соответствующих судебных решениях. Этот учебник будет одинаково полезен как для студентов так и для практиков».

Рецензент Лейн Аненсон (Университет Штата Мэриленд, США): «Ди Маттео продвигает оригинальный подход в отношении между международным правом и бизнесом. Книга обеспечивает авторитетное изложение правил в доступной и удобной для пользователя структуре, что гарантирует легкую ориентацию читателя, а ключевая информация может быть легко освоена и сохранена. Это ценный ресурс для педагогов и исследователей интересующихся международным бизнес-правом.»

3. Теперь хотелось бы остановиться на структуре и некоторых характеристиках предлагаемого нашим телезрителям и, конечно же, в первую очередь, студентам и практикам внешних международных сношений, правоведам, юристам и экономистам --международникам научного труда выдающегося американского ученого Ди Маттео.

Книга состоит из 7- частей, каждая из которых разбита на примерно одинаковые разделы и параграфы. В первой части рассматривается автором «Правовая среда международного бизнеса», который содержит 4 раздела: введение в

международные бизнес операции, этика международного бизнеса, стратегия международного бизнеса, разрешение международных коммерческих споров. Здесь мы лишь знакомим читателя поднимаемыми автором книги проблемами, не раскрывая их содержания, ибо это предстоит сделать в следующих лекциях. Считаем этот экскурс необходимой предварительной подготовкой к восприятию учебника в целом.

Вторая часть книги называется «Торговое регулирование», которая разбита на 3 раздела: правила международной торговли, национальное регулирование импорта и экспорта, соглашение о свободной торговле. Третья часть названа «Ведением бизнеса в Европейском союзе и Китае», состоящая из следующих разделов: Европейский союз, страны с формирующимися рынками Китай. Четвертая часть названа как Сравнительные правовые системы, договор и закон о продаже в этой части 3 раздела: сравнительные правовые системы, сравнительное и международное право, международное соглашение о продаже- 350.

В пятой части, названной «Экспорт, импорт и торговля» изложены вопросы перевозки грузов, документальные операции, международное торговое финансирование, занятость и продажа услуг, агенты и дистрибьютеры. Шестая часть называется Лицензирование и права интеллектуальной собственности. Здесь два раздела: Закон об интеллектуальной собственности, лицензирование интеллектуальной собственности.

Заключительная седьмая часть «Прямые иностранные инвестиции и электронная коммерция». Здесь 2 раздела: прямые иностранные инвестиции, международная электронная коммерция.

В книге всего 630 страниц, 138 рисунков, 36 таблиц, 20 изображений и 40 сокращений.

## **Лекция №2. Введение в международные бизнес сделки**

**1 - вопрос. Краткий обзор вопросов.**

**2 - вопрос. Условия образования глобального мирового рынка.**

**3 - вопрос. Качественные изменения во внешней торговле.**

1. Цель этой главы - краткое рассмотрение некоторых из основных тем и вопросов, связанных с международными деловыми операциями.

Остальные главы книги будут расширены по темам, изложенным в этой главе. Первая часть главы 1 подчеркнет огромный рост международных деловых операций, а некоторые из них раскроют причины этого расширения. Одним из факторов, способствовавших расширению международной торговли, является разработка наднационального торгового права. Поэтому в главе 1 будет представлена читателю концепция обычного международного права. Как осуществляется международный бизнес. Концепция прямого и косвенного экспорта, лицензирования и прямых иностранных инвестиций. Это обсуждение обеспечит базовое понимание, воспринимаемые преимущества и недостатки каждого метода ведения международного бизнеса. Эти методы будут рассмотрены далее в главе 3, наряду с гибридными способами ведения бизнеса, такими как франчайзинг и совместное предпринимательство.

Во второй половине главы 1 основное внимание будет уделено рискам, связанным с международными деловыми операциями. Великие возможности, предоставляемые международной торговлей, не идут без риска. Некоторые риски такие же, как во внутренних операциях, другие более уникальны для международной деловой среды. Сначала мы проанализируем, как компании оценивают такие риски. Во-вторых, мы рассмотрим общие риски, связанные с международным бизнесом сделки. К ним относятся риски, связанные с культурными и языковыми различиями, валютными рисками, юридическими рисками и политическими рисками. Наконец, мы кратко рассмотрим инструменты, которые были разработаны для минимизации и управления такими рисками. В заключение мы обсудим

стратегии управления международными бизнес-рисками, включая разработку экспортного плана, использование посредников и формы международного бизнеса, известная как countertrade.

В конечном счете, целью преподавания международного коммерческого права является повышение информированности будущих предпринимателей и юристов о рисках международного бизнеса и способах управления такими рисками: опытные предприниматели умеют анализировать риски и хорошо осведомлены о методах минимизации рисков. В то время как глава 1 познакомит читателя с рисками в международных деловых операциях, остальная часть учебника будет более подробно изучать, как такие риски сводятся к минимуму в области экспорта, прямых иностранных инвестиций и передачи интеллектуальной собственности.

2.США являются вторым по величине экспортером в мире, с объемом экспорта товаров и услуг в размере 2,06 трлн. Долл. США в 2011году, согласно Всемирному докладу Всемирной торговой организации за 2012 год. В 2011 году США были лидерами экспортных услуг и вторым по величине экспортером товаров, в след за Китаем. Для американских компаний, больших или малых, потенциал увеличения продаж через международную торговлю очень высок, учитывая, что 95 процентов потребителей в мире живут за пределами США. Поэтому, если компания продает только внутри страны, она достигает лишь небольшой доли потенциала клиентов. Экспорт позволяет малым и средним предприятиям (МСП) диверсифицировать свои портфели и изолировать их против периодов более медленного роста в отечественной экономике. Аналогичным образом компании, желающие оставаться конкурентоспособной должны расширять свои сети поставок по зарубежным каналам и путем пресечения некоторых из своих функции.

Ряд факторов снизили препятствия для международной торговли. Важнейшим фактором является успех Всемирной торговой организации (ВТО) и ее предшественника Генерального соглашения по тарифам и Торговля (ГАТТ) в снижении тарифов и нетарифных барьеров для торговли; почти полное устранение угрозы экспроприация, поскольку страны перешли на приватизацию своих отраслей из-за неэффективности; и

распространение свободных торговых соглашений (ФТА), которые еще больше открыли внешние рынки. Другие факторы, приводящие к росту международной торговли включает в себя дезинтеграцию Советского Союза и Варшавского договора, появление «новых экономик», резкие успехи в области телекоммуникаций и информационных технологий, а также яркие международные рынки капитала в Европе и Северной Америке. Результатом этих событий стала создание глобальных цепочек поставок, а также экономически и финансово взаимозависимый мир.

3. Традиционно международная торговля (экспорт-импорт) заключалась в продаже и транспортировке готовой продукции из одной страны в другую. Однако в наше время эти трансграничные движения включают преобразование сырья и сборку комплектующих изделий как продуктов, перемещаемых через национальные границы. Эта фрагментация производственного процесса известна как глобальная цепочка поставок, в которую входят многочисленные посреднические шаги в производстве товаров в разных странах. Например, «при изготовлении потребителя электроники, промежуточные ресурсы в настоящее время составляют почти три четверти импорта из крупных стран с развивающейся экономикой как Бразилия и Китай»<sup>1</sup>. Это привело к разделению труда, в котором различные страны специализируются на части цепочки поставок, где они являются наиболее конкурентоспособными. Это эффективно и ведет к экономическому росту, но также делает страны экономически уязвимыми, когда наблюдается спад спроса на конечные продукты.

Результатом стало значительное увеличение приграничной торговли товарами и услугами в обрабатывающей промышленности, международными совместные предприятия, слияния, поглощения, стратегические альянсы и присоединения, инфраструктурные проекты, приватизация и международные прямые инвестиции. Либерализация правил торговли и инвестиций создала «мир возможностей», для международного предпринимателя<sup>2</sup>. Мобильность товаров и услуг позволила отечественным компаниям искать в мире новые рынки для продажи своей продукции или приобретения комплектующих, используемых при изготовлении их продукции. Производитель

товаров и услуг, или новатор технологии, может максимизировать прибыль с помощью глобальной бизнес-стратегии. Эта стратегия охватывает не только развитие внешних рынков для продуктов компании но и аутсорсинг материалов, труда и комплектующих. Даже компания, которая принимает более изолированные внутренние стратегии продаж, вероятно, будет затронута международными событиями. Одним из показателей глобализации стал огромный рост международной торговли товарами. Таблица 1.1 и в таблице 1.2 показаны значения количества товаров, импортируемых и экспортируемых в США. Ведущие страны, которые импорт в США - это Китай, Канада и Мексика. Несмотря на экономический спад, общий рост импортные товары из Китая выросли на 27 процентов с 2010 по 2014 год. Экспорт Китая составляет 20 процентов всех товаров импортированных в США. Правовая и деловая среда Китая будет рассмотрена в главе 9 «Emerging Экономии: Китай ». Интересно также отметить, что два Североамериканских соглашения о свободной торговле (НАФТА) страны Канады и Мексики в совокупности являются крупнейшими торговыми партнерами США, на общую сумму 27 процентов от всего США, выдающийся импорт в 2014 году. Таблица 1.2 показывает, что Канада и Мексика являются крупнейшими покупателями Америки товаров, покупая 34,4 процента всего экспорта США в 2014 году. Это частично связано с полномочиями NAFTA, которые устранены торговые барьеры между тремя странами NAFTA. NAFTA будет рассмотрена в главе 7 ССТ.

**Таблица 1.1 Импорт товаров в США (млрд. Долл. США)**

Экспортер	2010	2011	2012	2013	2014
Остальная часть мира	1,966	2,262	2,333	2,328	2,408
Китай	382	417	444	460	486
Канада	279	319	327	336	352
Мексика	232	265	280	283	297
Япония	123	132	150	142	137
Германия	84	100	110	117	125
Великобритани я	50	52	56	54	55

Южная Корея	50	58	61	65	72
-------------	----	----	----	----	----

**Таблица 1.2 Экспорт товаров США (млрд. Долл. США и годовой процент)**

Импортер	2010	2011	2012	2013	2014
Остальная часть мира	1,277	1,480 (16,5%)	1,545 (4,4%)	1,578 (2%)	1,622 (2,8%)
Канада	248	281(13% )	292 (4%)	300 (2%)	312 (3%)
Мексика	163	197 (21%)	216 (11%)	226 (5%)	240 (6%)
Китай	92	104 (13%)	110 (6%)	122 (10%)	124 (2%)
Япония	60	66 (9%)	70 (6%)	65 (-7%)	67 (3%)
Великобритания	48	56 (16%)	55 (-2%)	47 (- 14%)	54 (14%)
Германия	48	49 (2%)	48 (-2%)	47 (-2%)	54 (15%)
Южная Корея	39	43 (10%)	42 (-2%)	44 (5%)	72 (39%)

**Таблица 1.3 Экспорт услуг (млрд. Долл. США)**

Экспортер	2010	2011	2012	2013	2014
США	557	619	651	683	709
Великобритания	267	296	292	297	334
Германия	247	274	270	291	272
Франция	196	235	216	237	264
Китай	162	176	191	205	223
Япония	141	145	145	148	162
Нидерланды	118	138	133	149	157
Индия	117	139	146	151	155

В таблице 1.2 также показаны колебания из года в год из-за макроэкономических сил. Япония ведет борьбу с экономическим спадом в течение длительного периода времени, начиная с 1990-х годов, как показано скромным увеличением на 2,9 процента за

год при покупке товаров США, включая отрицательную 7-процентную ставку с 2012 по 2013 год.

Таблица 1.3 показывает, что США является крупнейшим в мире экспортером услуг, более чем в два раза больше, чем внутри Соединенных Штатов.

Королевство, которое оценивает номер два в целом. Экспорт услуг США увеличился на 27,3 процента с 2010 по 2014 год, несмотря на экономические времена, характеризующиеся спадом или медленным ростом в Европе и в Японии. Интересно отметить, что

Индия стала восьмым по величине экспортером услуг. Учитывая картину роста за пятилетний период с

С 2010 по 2014 год, Индия должна вскоре обогнать Японию в сфере экспорта услуг. В этот период Индийский экспорт испытал 32,5 процента роста по сравнению с 15 процентами для Японии.

Другой мерой глобализации являются прямые иностранные инвестиции (ПИИ). ПИИ представляют собой капиталовложения сделанные компаниями в других странах. Сюда входит покупка недвижимости, производственных объектов, предприятий и учреждений услуг и распределительные центры или иностранные предприятия. В период с 1981 по 1985 год общий объем мировых ПИИ составлял в среднем 98 млрд. Долл. США в год.

В 1997 году ПИИ достигли 440 млрд. Долл. США. В 2014 году чистый приток ПИИ (инвестиционный капитал, внесенный в страну минус отток инвестиций) составили \$ 348 млрд для Китая и 295 млрд долларов США. Рост прямых иностранных инвестиций произошел в основном в трех основных региональных торговых зонах Европы, Северной и Южной Америки и Восточной Азии. Очевидно, что политическая и экономическая стабильность - ключевые факторы в привлечении ПИИ. Примером этого является случай с Российской Федерацией, в которой были зарегистрированы приток, который в 2014 году снизился на 50 процентов по сравнению с предыдущим годом. Это было неопределенно вызвано Российским вторжением в Крым, за которым следовали западные финансовые санкции против России, снижение цен на нефть (Крупнейший экспорт Россия), а также последующий крах российской валюты (рубля). К концу 2014 года Россия страдает чистым оттоком инвестиций с чистыми ПИИ в России, зафиксированные в третьем квартале

2014 года - 608 млн. долларов США и - 3,4 млрд. Долл. США в четвертом квартале 2014 года. Это свидетельствует о том, что национальные экономики тесно взаимосвязаны и что национальные решения могут иметь драматические последствия для ПИИ и экономической стабильности в стране.

Вероятно, глобализация будет расширяться как на региональном уровне, так и на глобальном уровне. Причины этого ожидаемого роста включает в себя продвижение глобальных телекоммуникаций и возросшую переносимость услуг и интеллектуальную собственность.

Службы и отрасли знаний, такие как развлечения, образование и здравоохранение, воспользовались расширением ГАТТ в области нематериальных товаров.

Рост международной торговли не всегда является гладким, поскольку страны продолжают предпринимать действия друг против друга за нарушения соглашений ВТО. Кроме того, когда наблюдается снижение спроса, например, вызванное мировой рецессией, начавшейся в 2008 году, некоторые страны отреагировали на это принятием дополнительных торговых ограничений. Хотя тарифные ставки остаются на исторических минимумах, в отчете Международной торговой палаты показано, что количество торговых операций ограничения, известные как нетарифные меры (НТМ), увеличились с 2008 финансового кризиса, и большинство из них из развитых стран (G-20). Многие из этих ограничений являются антидемпинговыми мерами по предотвращению ввоза товаров, продаваемых ниже их себестоимости продукции или продажу более дешевых товаров из-за незаконных государственных субсидий.

Страны G-20 включают Аргентину, Австралию, Бразилию, Канаду, Китай, Францию, Германию, Индию, Индонезию, Италию, Японию,

Мексика, Российская Федерация, Саудовская Аравия, Южная Африка, Южная Корея, Турция, Соединенное Королевство, Соединенные Штаты и Европейского союза в целом.

В ответ на этот вопрос была принята девятая Конференция министров на Бали в 2013 году (первая такая Конференция после учреждения ВТО в 1995 году). Успех Балийской конференции был особенно важен из-за отказа раунда переговоров в Дохе в 2001 году, что было неудачным из-за серьезного конфликта

между Q-20 и менее развитые страны (НРС). Балийская конференция была сосредоточена на улучшении доступа к рынкам для НРС, упрощение торговли и новых правилах для экспорта сельскохозяйственной продукции. Конечным результатом стало упрощение процедур торговли Соглашение (ТФА), целью которого является сокращение, в основном, бюрократических барьеров, к потоку продукции за счет глобального предложения цепей. ТФА направлена на упорядочение таможенных и пограничных процедур и инфраструктурных коммуникаций. Многие эти изменения потребуются НРС, поскольку импортировать товары в эти страны намного сложнее чем в развитые страны. Однако конечной целью является расширение доступа на внешние рынки для экспорта НРС называемый «беспошлинным и свободным доступом квоты». Основные вопросы остаются в отношении того, какие страны будут ратифицировать ТФА и где финансирование будет получено, чтобы улучшить границы.

### **Лекция №3. Закон и сфера международных операций.**

**1-вопрос. Международное коммерческое право.**

**2-вопрос. Обычное международное право.**

**3 - вопрос. Сфера международных деловых операций.**

1. Международное право в целом относится к исторически сложившимся транснациональным правилам и нормам, которые национальные суды должны использовать для регулирования трех основных отношений: (1) отношения между двумя странами, (2) взаимосвязь между нацией и индивидуумом, и (3) отношения между лицами или организациями из разных стран. Эта книга, в первую очередь, касается отношений между людьми осуществляющими их по обе стороны национальных границ. Вначале будут рассмотрены первые два типа отношений, из-за их влияния на частные деловые отношения. Таким образом, правила, обнародованные ВТО, будут изучены в главе 5 из-за их прямое воздействие на экспорт и импорт товаров, услуг и прав интеллектуальной собственности.

Существует множество источников международного коммерческого права. Статья 38 Статута Международного Суда правосудия перечислены источники международного права. В порядке превосходства они: (1) международные конвенции и (2) международная обычай или общая практика, (3) общие принципы права, признанные цивилизованными нациями, и (4) судебные решения и научные труды. Это те же источники права, которые часто используются частными лицами в международных судебных или арбитражных разбирательствах.

Термин конвенция используется в связи с многосторонними соглашениями, в отличие от двусторонних соглашений. Венская

Конвенция о праве международных договоров определяет договор как «международное соглашение между государствами и регулируется международным правом». Согласно законодательству США договор становится федеральным законом и является обязательным для федеральных, государственных и местных органов власти.

Основным источником права в международных деловых операциях является частный договор, заключенный в бизнес стороны. Контракт будет основным источником права в случае возникновения спора. Время от времени, однако, контракт может потерпеть неудачу обеспечить решение потому, что он не имеет дело с вопросом в споре, или потому, что стороны трактуют контракт по-разному. Говорят, что «ни один письменный контракт не завершен; даже самый тщательно разработанный документ опирается на объемы предположений, которые не могут быть явно выражены».

Эта цитата иллюстрирует, что сущностное ядро любой международной бизнес-операции является нелегальным по своей природе. Бизнесмены предпочитают язык бизнеса и часто не заботятся о юридическом языке официального документа контракта.

Несмотря на это неформальное отношение, язык бизнеса был «кодифицирован» в юридически узнаваемый обычай, используемый в торговле. Эта трансформация - традиция, которая восходит к средневековой лексике меркаторов.

**Лекс-меркатория**, или закон торговцев, обеспечивающий механизм, в котором суды и третейские суды признают использование в повседневной торговле и деловой практики в качестве обычного международного права. Во второй половине XX века расширение международной практики, кодексов и правил, исходящих от государственных и частных организаций. Эта трансформация привела к радикальному расширению международного делового права.

Оригинальные *lex mercatoria* (латынь для «торгового права») - это орган коммерческого права, используемый торговцами в Европе на протяжении всего средневекового периода. Он развивался как система индивидуальных и лучших практик, в системе торговых судов вдоль основных торговых путей.

Реальная либерализация торговли и быстрое расширение экспорта в сфере услуг и лицензирования в сочетании с технологическим укреплением деловых отношений, увеличили число международных конвенций и наднациональные ответы на глобализацию. Предприниматели и юристы должны включать эти конвенции и стандарты в международные деловые операций, поскольку такие «нейтральные» (ненародные) источники

являются хорошим способом преодоления культурных, языковых и правовых различий в трансграничных сделках. В долгосрочной перспективе международные юридические объединения и их гармонизация сократят транзакционные издержки, связанные с международными контрактами.

Большинство международных деловых споров связаны с плохо написанными контрактами или неспособностью сторон признать материальные вопросы. Учитывая универсальный характер деловых операций и глобализацию рынка, договорные неудачи, связанные с присущими лингвистическими и культурными различиями, значительно уменьшились, но когда они действительно происходят, они могут привести к высокому уровню контрактных повреждений. Другой причиной юридических споров является наличие фундаментальных различий в национальных правилах, касающихся толкования контрактов. Таким образом, первичный способ понять юридический риск международных деловых операций - это исследование дел и арбитражных решений касающихся ключевых вопросов.

2. Бизнесмены могут избежать недоразумений, следуя стандартным практикам, обычаям и использованию торговли, чтобы минимизировать риски юридических споров. Эти вторичные источники международного коммерческого права можно разделить на две общие группы. Первая включает международные конвенции или региональные инициативы, направленные на согласование правил, связанных с трансграничными сделками. Примеры включают: Гаагские правила об ответственности международных перевозчиков морским путем и Соглашение ВТО по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС).

Региональные усилия в целом вращаются вокруг основных областей свободной торговли, таких как НАФТА и Европейский союз (ЕС), а также включают более широкие институты, такие как Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

Другой вторичный источник международного права: *lex mercatoria* или обычное международное право, разработан для преодоления языковых, культурных и правовых различий между предпринимателями во всем мире.

Материалы, подготовленные Международной торговой палатой (ИСС), иллюстрируют эволюцию *lex mercatoria*.

Международный уголовный суд (МУС) был создан в 1919 году для содействия свободной торговле и частному предпринимательству и для представления интересов бизнеса на международном уровне. В число членов входят национальные советы из более чем шестидесяти стран. Штаб-квартира находится в Париже, (Франция). МУС является неправительственной организацией, которая работает для содействия мировой торговле, гармонизации торговой практики и предоставлять практические услуги предпринимателям. Эти услуги включают услуги Международного суда, Арбитража в Париже, Центра морского сотрудничества в Лондоне, Управления контрафактной разведки в Лондоне, и Института международного права и практики в области бизнеса в Париже. UCP 600 ИСС (Униформа Таможня и практика для документарных аккредитивов) <sup>7</sup> и руководство INCOTERMS 2010 (торговых терминов) являются примерами международных торговых обычаев, которые достигли почти всеобщего признания в международном банковском деле и бизнес сообщества.

Предприниматели, занимающиеся бизнесом на международном уровне, требуют четкого понимания основных законов страны, в которых они намерены вести бизнес. Все страны имеют неизменные или обязательные правила, определенного типа и содержания. Например, четко написанная, основанная на принципе прекращения и оговорок в агентском соглашении.

Не сохранились вечнозеленые законы в ряде европейских стран. Вечнозеленое положение является уставным Преимуществом в прекращении и оговорок при заключении договора с частным агентством. Поэтому отказ от обязательных положений, подлежащие исполнению в США, не будут применяться в соответствии с законодательством ЕС.

Четкий и правильно написанный контракт остается лучшей защитой международного предпринимателя в минимизации рисков международного бизнеса. Однако Конвенция Организации Объединенных Наций о договорах Международной продаже товаров (КМКПТ) <sup>8</sup> заявляет, что письменные

соглашения не требуются, и контракт может быть доказан «любыми средствами, включая свидетельские показания».

На практике многие деловые операции характеризуются высокой степенью неформальности. Как заметил английский суд, «нужно иметь в виду, что коммерческие мужчины и женщины не смотрят на вещи с точки зрения адвоката». Несмотря на неформальный характер заключения контрактов и обычное использование стандартных форм, вполне вероятно, что маститые бизнесмены основывают свои соглашения, по крайней мере, на полу формальной записи. Это кажется особенно разумным с учетом препятствий для иностранных языков и культур, в том числе различия в стиле переговоров. Эти факторы, а также потенциальные трудности и затраты на получение юридического средства правовой защиты в другой стране, оправдать дополнительное время, потраченное на изучение юридических вопросов и написание контракта. При ведении переговоров письменный контракт будет часто подчеркивать скрытые различия языка и права, в то время как есть время для нивелирования различий перед исполнением контракта.

За каждой коммерческой транзакцией стоит страх перед невыполнением обязательств, требующий от одной из сторон защитное средство. Понимание международного разрешения споров по контрактам имеет важное значение для ведения переговоров и разработки эффективного контракта. Подобно тому, как досрочные соглашения пишутся в ожидании возможного развода, контракты должны быть написаны в ожидании возможных споров по контракту. Что могут сделать международные бизнесмены в своих контрактах, чтобы разрешение споров было менее вероятным? Что они могут написать в договор, который сделало бы разрешение споров менее болезненным или дорогостоящим в случае необходимости? Что может быть включено в контракт для увеличения шанса на успех в разрешении споров? Эти вопросы будут рассмотрены в главе 4 «Международное Коммерческое разрешение споров».

3. Все бизнес-операции сопряжены со значительным риском. По сути быть бизнесменом или предпринимателем – это готовность противостоять убыткам в поисках прибыли. Прибыль или получение риска характерная черта капиталистической, freemarket системы. Наиболее последовательными и успешными

предпринимателями являются те, кто предпринимает шаги, чтобы избежать или минимизировать риск.

Были разработаны методы и стратегии, направленные на предотвращение обрушений для обеспечения стабильности и безопасности международных деловых операций. Минимизация рисков имеет важное значение как для внутренних операций, так и для тех, которые пересекают национальные границы, где существуют глубокие различия в подходах между международным и внутренним бизнесом при заключении сделки. «Корзина рисков», связанная с международной транзакцией, во многих отношениях отличается от «корзины рисков» по внутренней сделке. Предпринимаются также усилия по минимизации рисков для бизнеса. Многие международные устройства управления рисками, хотя и долговечны, вероятно, не будут знакомы предпринимателям США при его первоначальном набеге на экспорт, лицензирование или прямые иностранные инвестиции. Международные отношения еще более усложняются тем, что корзина рисков, с которыми приходится сталкиваться, постоянно колеблется, в зависимости от типа субъекта хозяйствования, типа товара или продаваемой услуги, страны другой стороны, страны исполнения и предоставления транспортных средств.

На самом широком уровне анализа характеристики риска будут в значительной степени зависеть от типа транзакции.

Сделки подразделяются на четыре основные группы: экспорт-импорт (продажа товаров), продажа услуг (консалтинг, дистрибуция, транспорт, маркетинг, продажи), лицензирование (технология, передача интеллектуальной собственности и лицензирование) и прямые иностранные инвестиции (зарубежные операции). Эта классификация слишком упрощена, поскольку многие транзакции отображают характеристики двух или более категорий. Гибридные формы ведения бизнеса, такие как франчайзинг и совместное предприятие будут обсуждаться в главах 3 («Стратегии международного бизнеса») и главе 20 («Иностранные Прямая инвестиция»). Франчайзинговая сделка обычно включает договорную передачу или лицензирование пакета прав интеллектуальной собственности, ноу-хау, коммерческой тайны и, в некоторых случаях, продажи товаров или услуг. Сустав предприятие наиболее тесно связано с

прямыми иностранными инвестициями, но может также включать передачу товаров, услуг, технологий и капитала. Третья гибридная форма, обсуждаемая далее в этой главе, является встречной встречей, которая является формой экспорта, используемая для преодоления рисков неконвертируемости валюты, требований местного участия и ограничения на репатриацию капитала (прибыли). Countertrade также может использоваться в рамках совместное предприятие или передача технологии.

Наиболее популярным методом ведения бизнеса на международном уровне остается экспорт товаров, который может быть разделено на косвенный и прямой экспорт. Прямой экспорт - это когда компания экспортирует товары на свой счет - напрямую связавшись с иностранным клиентом и отправляя товары этому клиенту в обмен на оплату. Непрямой экспорт предполагает использование посреднической фирмы для облегчения экспорта товаров компании. Главное преимущество косвенного экспорта для более мелкой компании заключается в том, что она обеспечивает способ проникновения на внешние рынки без сложности, издержек и рисков прямого экспорта. Компания может обращаться к агентам комиссии или покупать агентов, которые находят иностранные фирмы, которые хотят приобрести продукцию компании. Такие агенты стремятся получить желаемые товары по самой низкой цене и оплачиваются комиссией их иностранными клиентами. В некоторых случаях агенты могут представлять иностранные правительственные учреждения или квазигосударственные фирмы, уполномоченные определять и приобретать желаемый товар.

Косвенный экспорт часто связан с использованием компании по управлению экспортом (ЕМС) или экспортной торговли компании (ЕТС). ЕМС, по сути, выступает в качестве отдела экспорта для одного или нескольких производителей товаров или сервисы. Будучи частным бизнесом, он запрашивает и ведет бизнес во имя производителей, которых он представляет, или на свое собственное имя для комиссии, зарплаты или удержания (плюс) комиссию. Некоторые ЕМС предлагают немедленную оплату за либо путем организации финансирования, либо путем прямой покупки продуктов для

перепродажи. Лучшие ЕМС знают свои объемы и качество продуктов и рынков, и, как правило, уже созданы хорошо зарекомендовавшие себя сети зарубежных дистрибьюторов.

Этот немедленный доступ к внешним рынкам является одной из основных причин использования ЕМС. Один из недостатков использования ЕМС заключается в том, что производитель теряет контроль над зарубежными продажами. Контроль является важной проблемой для производителя, занимающегося сохранением имиджа и имиджа компании на внешних рынках.

Компании по управлению экспортом (ЕМС) разрабатывают персонализированные услуги по продвижению продуктов своих клиентов на международные рынки покупателей и дистрибьюторов. Основной причиной для производителя, использующего ЕМС, является то, что ЕМС может обеспечить немедленный доступ на внешние рынки. Процесс прямого развития отношений с иностранными покупателями может быть длительным и дорогостоящим

Производитель, который хочет минимизировать свое участие в экспорте товаров, может просто продавать свои товары на внутреннем рынке.

ЕТС принимает название продукта и экспортирует его за собственный счет. Для производителя транзакция в основном внутренняя продажа.

Export Trading Company (ЕТС) является независимым дистрибьютором. В отличие от представления данного производителя во внешний рынок, ЕТС определяет, какие продукты США желательны на данном рынке, а затем работает с производителями США для удовлетворения спроса.

Некоторые специальные ЕТС организуются и управляются производителями. Эти типы ЕТС могут быть организованы вдоль много- или однопрофильных линий и может представлять производителей конкурирующих продуктов. Конгресс США стимулировал рост ЕТЦ путем принятия Закона об экспортной торговой компании 1982 года, который позволяет банки, чтобы делать инвестиции в акционерный капитал в коммерческих предприятиях, которые квалифицируются как ЕТС. Кроме того,

экспорт-импорт Банку (Эксимбанку) Соединенных Штатов разрешено предоставлять гарантии оборотного капитала экспортерам США. Офис Экспортной торговой компании (ОЕТСА), в Министерстве торговли США, способствует формированию и использованию экспортных посредников США и выдает сертификаты экспортной торговли, которые обеспечивают ограниченный иммунитет от США.

Метод косвенного экспорта, аналогичный использованию ЕТС, продает товары агенту по экспорту или ремаркетингу. Агенты или рецензенты приобретают продукты непосредственно у производителя, упаковывают и маркируют продукты согласно их собственным спецификациям. Затем рецензенты продают за границей через свои контакты под своим именем и принимают все риски учетной записи. Производитель США отказывается от контроля за маркетингом и продвижением свой продукт, который может оказать негативное влияние на будущие усилия по продажам за рубежом.

Наконец, гибридный тип экспорта по консигнации. Консигнация заключается в доставке товаров другой стороне, в соответствии с которой экспортер сохраняет за собой право собственности на товары, которые он перевозит, только когда контрагентная компания продает товары. Получателю выплачивается комиссионное вознаграждение за продажу товара и перевод денег экспортеру. Сохранение права собственности на товары до их продажи обеспечивают защиту экспортеру, но экспортер несет финансовое бремя и риск неплатежом и возвратом непроданных товаров.

Наиболее распространенной формой международной торговли является прямой экспорт или импорт. Компания, новая для прямого экспорта как правило, рассматривает экспортные продажи не иначе, как продажи на внутреннем рынке, используя существующий персонал и организационные структуры.

Быть успешным экспортером часто требует отделения международного от внутреннего бизнеса, включая фокусируя маркетинговые усилия через отдельный отдел международных продаж. Независимо от того, как компания организует для себя экспорт, он должен обеспечить, чтобы структура облегчила работу маркетолога. Опыт показывает, что успех компании на

внешних рынках в меньшей степени зависит от характеристик ее продуктов, чем от ее маркетинговых методов.

Однако важно отметить, что малые предприятия, не имеющие внутреннего отдела маркетинга, но тем не менее стали успешными экспортерами.

**МИФ 1: ЭКСПОРТИРОВАНИЕ СЛИШКОМ БОЛЬШИЕ РИСКИ:** Различные международные рынки имеют разные уровни рисков. Риски идентифицируются, и являются многочисленными недорогими способами минимизации таких рисков.

**МИФ 2: ПОЛУЧЕНИЕ ОПЛАТЫ ЗАТРУДНЕНО:** торговое финансирование и глобальное банковское дело развиты до такой степени, что покупка и продажа вещи на международном уровне являются рутинными, безопасными и эффективными. Надежные методы сбора платежей многочисленны и включают аккредитивы через банки, кредитные карты и онлайн-платежи.

**МИФ 3: ЭКСПОРТИРОВАНИЕ СЛИШКОМ СЛОЖНО:** в большинстве случаев экспорт требует минимальных документов. Исследование рынков и поиск покупателя во многих случаях могут быть сделаны с вашего компьютера с использованием бесплатной или недорогой информации. Сторонние сторонники экспорта, такие как как платформы электронной коммерции, могут устранить большую часть сложности и риска.

**МИФ 4: ОТДЕЛЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО ЯВЛЯЕТСЯ ЗВУКОЙ СТРАТЕГИЕЙ:** предприятия США вовлечены или затронуты международным бизнесом, осознают ли они это или нет. Малым и средним компаниям нужна международная стратегия, которая включает диверсификацию рынков.

**МИФ 5: КОМПАНИИ МОГУТ БЫТЬ СЛИШКОМ МАЛОЙ ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА:** Ни одна компания не слишком мала, чтобы идти на сделки в глобальном масштабе. Фактически, почти 30 процентов всех экспортеров США в 2005 году насчитывало менее 19 сотрудников, а у многих было меньше пяти.

**МИФ6: АМЕРИКАНСКИЕ ПРОДУКТЫ МЕНЬШЕ МАРКЕТИРУЮТСЯ ЗА РУБЕЖОМ:** Если ваш продукт или услуга хорошо продаются в Соединенных Штатах, есть хороший шанс, что можно найти зарубежный рынок. Для некоторых рынков вам, возможно, придется внести некоторые изменения из-за культурных или нормативных различий.

## МИФ 7: Я НЕ ДОЛЖЕН СПЕШИТЬ ИЗ-ЗА НЕЗАВИСИМОСТИ НАВЫКОВ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ:

Английский язык

будет очень долгий путь, и помощь будет легко доступна для ситуаций, в которых необходимы переводчики и переводчики.

Некоторые

базовые знания в области культурного и делового этикета могут быть изучены и очень полезны, несмотря на языковые трудности.

## Лекция №4. Экспорт и правовая среда.

**1 - вопрос. Прямой и косвенный экспорт.**

**2 - вопрос. Правовая среда.**

**3 - вопрос. Оценка рисков посредством исследования рынка.**

1. Наиболее популярным методом ведения бизнеса на международном уровне остается экспорт товаров, который может быть разделен на косвенный и прямой экспорт. Прямой экспорт - это когда компания экспортирует товары на свой счет - напрямую связавшись с иностранным клиентом и отправляя товары этому клиенту в обмен на оплату. Непрямой экспорт предполагает использование посреднической фирмы для облегчения экспорта товаров компании. Главное преимущество косвенного экспорта для более мелкой компании заключается в том, что она обеспечивает способ проникновения на внешние рынки без сложности, издержек и рисков прямого экспорта. Компания может обращаться к агентам комиссии или покупать агентов, которые находят иностранные фирмы, которые хотят приобрести продукцию компании. Такие агенты стремятся получить желаемые товары по самой низкой цене и оплачиваются комиссией их иностранными клиентами. В некоторых случаях агенты могут представлять иностранные правительственные учреждения или квазигосударственные фирмы, уполномоченные определять и приобретать желаемый товар.

Косвенный экспорт часто связан с использованием компании по управлению экспортом (ЕМС) или экспортной торговли компании (ЕТС). ЕМС, по сути, выступает в качестве отдела экспорта для одного или нескольких производителей товаров или сервисы. Будучи частным бизнесом, он запрашивает и ведет бизнес во имя производителей, которых он представляет, или на свое собственное имя для комиссии, зарплаты или удержания (плюс) комиссию. Некоторые ЕМС предлагают немедленную оплату за либо путем организации финансирования, либо путем прямой покупки продуктов для перепродажи. Лучшие ЕМС знают свои объемы и качество

продуктов и рынков, и, как правило, уже созданы хорошо зарекомендовавшие себя сети зарубежных дистрибьюторов.

Этот немедленный доступ к внешним рынкам является одной из основных причин использования ЕМС. Один из недостатков использования ЕМС заключается в том, что производитель теряет контроль над зарубежными продажами. Контроль является важной проблемой для производителя, занимающегося сохранением имиджа и имиджа компании на внешних рынках.

Компании по управлению экспортом (ЕМС) разрабатывают персонализированные услуги по продвижению продуктов своих клиентов на международные рынки покупателей и дистрибьюторов. Основной причиной для производителя, использующего ЕМС, является то, что ЕМС может обеспечить немедленный доступ на внешние рынки. Процесс прямого развития отношений с иностранными покупателями может быть длительным и дорогостоящим.

Производитель, который хочет минимизировать свое участие в экспорте товаров, может просто продавать свои товары на внутреннем рынке. ЕТС принимает название продукта и экспортирует его за собственный счет. Для производителя транзакция в основном внутренняя продажа.

Export Trading Company (ЕТС) является независимым дистрибьютором. В отличие от представления данного производителя во внешний рынок, ЕТС определяет, какие продукты США желательны на данном рынке, а затем работает с производителями США для удовлетворения спроса.

Некоторые специальные ЕТС организуются и управляются производителями. Эти типы ЕТС могут быть организованы вдоль много- или однопрофильных линий и может представлять производителей конкурирующих продуктов. Конгресс США стимулировал рост ЕТЦ путем принятия Закона об экспортной торговой компании 1982 года, который позволяет банки, чтобы делать инвестиции в акционерный капитал в коммерческих предприятиях, которые квалифицируются как ЕТС. Кроме того, экспорт-импорт Банку (Эксимбанку) Соединенных Штатов разрешено предоставлять гарантии оборотного капитала экспортерам США. Офис Экспортная торговая компания (ОЕТСА) в Министерстве торговли США способствует

формированию и использованию экспортных посредников США и выдает сертификаты экспортной торговли, которые обеспечивают ограниченный иммунитет от США.

Метод косвенного экспорта, аналогичный использованию ЕТС, продает товары агенту по экспорту или ремаркетингу. Агенты или рецензенты приобретают продукты непосредственно у производителя, упаковывают и маркируют продукты согласно их собственным спецификациям. Затем рецензенты продают за границей через свои контакты под своим именем и принимают все риски учетной записи. Производитель США отказывается от контроля за маркетингом и продвижением свой продукт, который может оказать негативное влияние на будущие усилия по продажам за рубежом.

Наконец, гибридный тип экспорта по консигнации. Консигнация заключается в доставке товаров другой стороне, в соответствии с которой экспортер сохраняет за собой право собственности на товары, которые он перевозит, только когда контрагентная компания продает товары. Получателю выплачивается комиссионное вознаграждение за продажу товара и перевод денег экспортеру. Сохранение права собственности на товары до их продажи обеспечивают защиту экспортеру, но экспортер несет финансовое бремя и риск неплатежом и возвратом непроданных товаров.

### **Прямой экспорт**

Наиболее распространенной формой международной торговли является прямой экспорт или импорт. Компания, новая для прямого экспорта как правило, рассматривает экспортные продажи не иначе, как продажи на **внутреннем рынке, используя существующий персонал и организационные структуры.**

2. После того, как компания была организована для экспорта, она должна выбрать правильный канал распространения на каждом рынке. Эти каналы включают торговых представителей, агентов, дистрибьюторов, розничных торговцев и конечных пользователей. Иностраный представитель продаж является равноценным представителем производителя в своей стране. Представитель использует литературу и образцы продукции компании для представления продукта потенциальным

покупателям; представитель часто обрабатывает многие дополнительные линии от разных производителей. Торговый представитель обычно работает на основе комиссии и не принимает на себя никаких рисков или ответственности и подлежит контракту на определенный период времени. Контракт определяет территорию, условия продажи, способ компенсации, причины и порядок расторжения договора, а также другие детали. Напротив, у иностранного агента обычно есть полномочия принимать на себя обязательства от имени фирмы, которую он или она представляет. В любом контракте должно быть указано, действительно ли представитель или агент имеет или не имеет связывать фирму с контрактами.

Иностранный дистрибьютор является торговцем, который покупает товары у экспортера, перепродает его с прибылью и, как правило, обеспечивает послепродажную поддержку и обслуживание. Обычно дистрибьютор проводит инвентаризацию продуктов и запасных частей и обслуживает аналогичные объекты и персонал для обычных операций обслуживания. Экспортер должен внимательно просмотреть всех потенциальных представителей, агентов или дистрибьюторов. Необходимо получить следующую информацию и рассмотреть:

- 1) текущее состояние и историю, включая предысторию основных должностных лиц;
- 2) персонал и другие ресурсы (продавцы, складские и сервисные объекты);
- 3) покрытие территории продажи;
- 4) текущий объем продаж;
- 5) типичные профили клиентов;
- 6) методы внедрения новых продуктов на территории продаж;
- 7) имена и адреса отечественных фирм, которые он представляет в настоящее время;
- 8) торговые и банковские ссылки; и
- 9) оценка иностранной компанией внутреннего потенциала рынка для продуктов экспортера.

Эта информация не только полезна при измерении насколько представитель знает об отрасли экспортера, она также ценна как исследование рынка по собственным правилам. Кредитные отчеты доступны от коммерческих фирм и от World Traders

Министерства торговли по Программе передачи данных. Чтобы защитить себя от возможных конфликтов интересов, экспортер должен узнать о других, которые представляют зарубежная фирма.

3. Чтобы быть успешными, международные предприниматели и экспортеры должны оценивать внешние рынки через исследования рынка.

Экспортеры проводят исследования рынка, в первую очередь, для выявления своих маркетинговых возможностей и ограничений, а также выявлять и находить потенциальных клиентов. Исследование рынка компанией должно определять крупнейшие зарубежные рынки своей продукции и выявлять тенденции, перспективы, условия, практику и конкурентов на этих рынках.

При проведении первичных маркетинговых исследований компания собирает данные непосредственно с внешнего рынка посредством интервью, опросы и другие прямые контакты с представителями и потенциальными покупателями. Исследование первичного рынка преимущество, которого в том, чтобы быть адаптированным к потребностям компании и отвечать на конкретные вопросы, но это отнимает много времени и стоит дорого. Из-за расходов на исследования первичного рынка большинство фирм полагаются на вторичные источники данных.

Исследование вторичного рынка проводится тремя основными способами. Первое заключается в том, чтобы быть в курсе мировых событий, которые влияют на международный рынок, следить за объявлениями конкретных проектов или просто посещать иностранные рынки. Второй - анализ торговой и экономической статистики. Статистика торговли, как правило, товарной категории и по странам. Государственные органы США собирают статистику с информацией о поставках продуктов в течение определенных периодов времени; демографическую и общую экономическую статистику, такую как численность населения и динамику, доход на душу населения и уровень производства в промышленности могут быть важными показателями рыночного потенциала для продукции компании. Третий метод исследования вторичного рынка - получение рекомендаций экспертов, включая контакт с экспертами в

Министерстве торговли и других государственных учреждениях; участие в семинарах, международных выставках; наем международного консультанта по вопросам торговли и маркетинга; говорить с успешными экспортерами аналогичных продуктов; и контактировать с персоналом торговли и промышленности.

Работа со вторичными источниками дешевле и помогает компании сосредоточить свои маркетинговые усилия.

**1). Бизнес Америка.** Отчет Министерства торговли США содержит по странам отчеты, экономический анализ, ведет предварительное уведомление о запланированных выставках продуктов США и во всем мире и историю успеха в области экспортного маркетинга.

**2) Commerce Business Daily (CBD).** Публикации ежедневно с понедельника по пятницу, Департамент США по Коммерции, КБР перечисляет предложения государственных закупок, контрактов, субподрядчиков, продажи избыточной собственности, и возможности для иностранного бизнеса, а также определенные закупки иностранного правительства.

**3) Торговый информационный центр.** Всесторонний источник Компании США, ищущие информацию о федеральных программах и мероприятиях, которые поддерживают экспорт США, включая информацию о зарубежных рынках и отраслевые тенденции, центр поддерживает компьютеризированный календарь финансируемых правительством США внутренних и зарубежных торговых мероприятий.

**4) Национальный банк данных о торговле (НТДБ).** NTDB содержит информацию об экспорте и данные о международной торговле, собранные 15 государственных учреждений США. Обновляется каждый месяц и выпущенный на CD-ROM, банк данных разрешает доступ к более 100 000 документов. NTDB содержит последние данные переписи по импорту и экспорту в США и другим странам; полную информацию Центрального разведывательного управления (ЦРУ) World Factbook; полные иностранные трейдеры. Индекс, которые содержат более 50 000 имен и адреса лиц и фирм за рубежом, заинтересованных в импорт товаров из США; и многие другие источники данных.

Администрация малого бизнеса (SBA). Рынок SBA связанные с исследованиями общих ресурсов. Автор далее дает

конкретные советы по шаговой обработке данных для сбора информации.

Шаг 1. Получите экспортную статистику, показывающую экспорт продукции

в разные страны. Отчет о внешней торговле: ежемесячно Экспорт и импорт (SITC Commodity by Country) (Министерство торговли) предоставляют статистические данные обо всех штатах США.

Фирмы также должны обратиться к Отчетам информационных систем (XIS) (SBA) или U.S. Промышленный прогноз (Министерство торговли).

Шаг 2. Определите пять-десять крупных и быстрорастущих рынков для продукции фирмы. Изучите их за последние три-пять лет. Увеличился ли рост рынка в годовом исчислении? Произошел ли рост импорта даже в периоды экономического спада? Если нет, то возобновился ли рост с восстановлением экономики?

Шаг 3. Определите некоторые небольшие, но быстро развивающиеся рынки, которые могут обеспечить возможности на первом этапе. Если рынок только начинает открываться, то конкурентов может быть меньше. Темпы роста должны быть значительно выше в этих странах, которые могут претендовать на новые рынки, учитывая более низкую начальную точку.

Шаг 4. Задайте три-пять наиболее статистически перспективных рынков для дальнейшей оценки. Проконсультируйтесь с районными офисами Департамента Коммерции, деловыми партнерами, экспедиторами и другими, чтобы помочь улучшить целевые рынки.

Далее автор дает пошаговый совет по оценке целевого рынка.

Шаг 1. Изучите тенденцию для продуктов компании, которые могут повлиять на спрос. Подсчитайте общий расход продукта и сумм с учетом импорта. Анализ промышленного сектора (ISA), отчеты о предупреждениях и планах развития страны, все из Министерства торговли, дает экономические предпосылки и тенденции рынка для каждой страны. Демографическая информация (население, возраст и т. д.) можно получить в World Население (Бюро переписи) и Статистическое Ежегодник (Организация Объединенных Наций).

Шаг 2. Определите источники конкуренции, включая масштабов производства отечественной промышленности и стран происхождения основных конкурентов на каждом целевом рынке, путем использования МСА и конкурентных оценок (все из Министерства торговли). Посмотрите на каждого участника США.

Шаг 3. Анализ факторов, влияющих на маркетинг и использование продуктов на каждом рынке, таких как сектора конечных пользователей, каналы распространение, культурные особенности и деловые практики. Опять же, ИСА полезны, как и сравнение покупок Сервис (CSS), предлагаемый Министерством торговли.

Шаг 4. Определите любые внешние барьеры (тарифные или нетарифные) для продуктов, которые импортируются в страну. Определите любые США барьеры (такой как экспортный контроль), влияющих на экспорт в стране. Наборы информации о стране, подготовленные заморскими Частными инвестиционными корпорациями (ОПИК) может быть полезна.

Шаг 5. Определите какие-либо государственные или иностранные правительственные стимулы содействия экспорту продукта или услуги.

### **Сделайте выводы**

После анализа данных компания может сделать вывод о том, что маркетинговые ресурсы будут применяться более эффективно для немногих стран. В целом усилия должны быть направлены на менее десяти рынков, если компания является новой для экспорта; может быть достаточно одной или двух стран. внутренние ресурсы компании должны помочь определить ее уровень усилий.

## Лекция №5. Риски международных бизнес-операций

**1-вопрос. Международные бизнес-операций.**

**2- вопрос. Сценарий экспорта в Нигерию и Канаду.**

**3- вопрос. Сценарий лицензирования в КНР и Францию.**

1. Многочисленные риски, связанные с международными деловыми операциями, различаются в зависимости от метода транзакции, таких как торговля, лицензирование или прямые инвестиции. Они также будут варьироваться в зависимости от того, в каких странах бизнес строится, и в какой стране транзакция должна быть выполнена. Страна, в которой строит бизнес является гражданином или национальной является его родной страной. Если сторона ведет сделку в другой стране, то эта страна называется принимающей страной. В этом разделе будут проанализированы четыре категории международных бизнес-рисков: культурные и языковые, валютные, правовые и политические.

Виды рисков, с которыми сталкивается международный бизнесмен, и методы, используемые для минимизации таких рисков, будет варьироваться от транзакции к транзакции в зависимости от ряда переменных. Два из самых фундаментальных переменных, отмеченные выше, являются идентификацией страны-хозяина и типа транзакции. В общем, уровень риска эскалации трех основных способов ведения международного бизнеса: от экспорта-импорта до лицензирования и от лицензирования до прямых иностранных инвестиций. Мы будем изучать конкретные типы рисков, связанных с этими областями.

**Таблица 1.4 Риски ведения международного бизнеса**

Тип риска	Описание	Смягчение рисков
Общий риск: метод ведения бизнеса	Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) рискованнее, чем лицензирование; лицензированные	Существует множество способов смягчения рисков в зависимости от

	риски, чем экспорт	метода ведения бизнеса
Общий риск: зарубежные страны	Различные страны имеют разные характеристики риска	Оценка риска должна производиться с учетом политической и экономической стабильности
Общий риск: непоставка товаров	Покупатель делает платеж, но никогда не получает товар	Сделки на счете Документарная сборка Резервный аккредитив
Общий риск: неплатеж (Экспортер)	Продавец отправляет товары, но никогда не получает платеж	Предоплата Аккредитив Сохранение названия Партия продукции.
Языковой риск	Непонимание устной коммуникации и письменного контракта	Перевод Контракт на обоих языках
Культурные риски	Риск оскорбить другую сторону Различные стили ведения переговоров	Этикет Строительный трест
Валютные риски	Колебания, конвертируемость и Риски репатриации	Оплата в собственной валюте Хеджирование
Политические риски	Экспроприация политических рисков Изменение правил («Ползучая»)	Страхование политических рисков Двусторонние

	экспроприация)	инвестиционные договоры (ДИД) Концессионное соглашение
Юридические риски	Различия в законодательстве, право применения Закона и правовых средств, правовой защиты Принудительность судебных решений	Иностраный юрист Контрактные средства Выбор закона Выбор форума Арбитражная оговорка (Нью-Йоркская конвенция)
Особые законы об импорте	Местное участие и содержание Требования стандарты Законы о прекращении («Вечнозеленые законы»)	Выбор рынка Использование независимых подрядчиков
Транспортные риски	Ущерб товара в транзите и недоразумение	Страхование грузов Торговый термин

Важность оценки риска принимающей страны подчеркивается обзором трех сравнительных сценария, представленные ниже. В каждом сценарии представители американской компании должны взвешивать риски ведения бизнеса в двух странах, используя одну из трех основных стратегий вступления на рынок, обсуждаемых выше. Используя эти три сценария, мы можем начинать понимать сложность рисков, связанных с международными деловыми операциями. Успешный международный бизнесмен изощрен и способен распознавать риски и принять соответствующие меры предосторожности в развивающихся странах. Уровень риска в

бизнесе во многих развивающихся странах значительно выше, чем в развитых странах.

Некоторые страны отмечены произвольными действиями правительства, чрезмерным налогообложением, неэффективными правовыми системами и системами разрешения споров, а также высокой степени коррупции. Этим странам трудно труднее решать вопросы привлечения иностранных инвестиций. Поэтому лучший и, возможно, единственный способ вести бизнес в эти страны это экспорт. Некоторые страны приняли законы для обеспечения безопасности иностранным инвесторам юридически пытаясь уменьшить их риски ведения бизнеса. Мексика приняла Закон об иностранных инвестициях 1993 году, чтобы привлечь и защитить иностранные инвестиции. Он открыл большую часть мексиканского рынка для иностранных владений. В некоторых стратегических отраслях экономики с одобрения Национальной комиссии иностранных инвестиций необходимы более чем на 49 процентов иностранной собственности, тогда как некоторые отрасли, такие как нефть, электричество и железные дороги, остаются зарезервированными для мексиканских граждан. Закон об иностранных инвестициях предусматривает ускоренные процедуры получения правительственных разрешений.

## **2.Сценарий 1: Продажа товаров в Нигерию и Канаду:**

Нигерия была оценена в верхней части из последних в Индексе коррупции, опубликованный Transparency Международная, неправительственная организация (НПО). Возможно, будет сложно заниматься бизнесом в Нигерии, без просьбы дать подкуп или взятку. Чтобы лучше понять риски

бизнеса с такой страной, разумно заказать отчет о политическом риске от профессионала компании по оценке рисков. Также целесообразно обратиться в Государственный департамент США за информацией. Крайне важно полностью изучить иностранные правила и законы, включая кредитные и контрольные проверки. Необходимо быть приверженным программе сильного соблюдения этики необходимо на месте предотвратить предоставление взяток в нарушение внешней коррупции Закон США о коррупции. Кроме того, нигерийская валюта не является конвертируемой твердой валютой, такой как доллар США, европейский евро или английским фунтом. Оплата в одном из этих жестких валют маловероятна из-за правительства

ставящих ограничения на репатриацию таких валют из страны. Таким образом, риск бизнеса, даже в отношении относительно без рискового метода экспорта, может быть слишком большой проблемой в Нигерии.

Любой экспорт в такую страну должен быть при поддержке подтвержденного аккредитива от авторитетного международного банка. Конвертация валюты и проблемы репатриации могут быть преодолены посредством встречной сделки в которых товары обмениваются друг на друга или экспортная транзакция связана с транзакцией импорта. Еще один механизм для устранения риска: компания должна найти экспортную торговую компанию, желая совершить сделку самостоятельно за свой счет. Наконец, затраты и осуществимость получения политического и кредитного риска следует исследовать через: Зарубежную частную Инвестиционную корпорацию (ОПИК), Эксимбанк и Многостороннее агентство по инвестиционным гарантиям (МИГА), которые предоставляют различные виды страхования.

В отличие от экспорта в Нигерию, экспорт в Канаду предполагает низкий уровень риска. Страна и валюта риски минимальны, учитывая, что Канада является стабильной, промышленно развитой страной и член Североамериканского соглашения о свободной торговле (НАФТА). Хотя колебания валютных курсов возможны, канадский доллар свободно конвертируется в доллары США. Валютный риск могут касаться долгосрочных сделок сторон, что позволяет управлять этим риском посредством различных методов хеджирования. В одноразовой экспортной сделке риск драматического изменения курса валют мало вероятен. Экспортер США может устранить все валютные риски просто требуя оплаты в долларах США.

### **3.Сценарий 2: Технология лицензирования в Китайскую Народную Республику и во Францию.**

Лицензирование технологии и передача права на интеллектуальную собственность представляют следующий уровень риска в международных деловых операциях. Каждый раз, когда компания раскрывает конфиденциальность информации и коммерческой тайны третьей стороне, всегда существует риск того, что информация может быть далее раскрыта неавторизованным сторонам. Проблема путается, когда это раскрытие сделанное в чужой стране, которая не защищает

интеллектуальную собственность. Китай присоединился к многочисленным конвенциям о правах на интеллектуальную собственность, такие как Бернская Конвенция, но в прошлом уровень товарного знака, нарушение авторских прав и патентов путем пиратства и контрафакция была относительно высокой, стоимости и времени судебных исков, импорт незаконных товаров серого рынка были единственной эффективной контрмерой. Это позволяет надеяться на то, что членство Китая в (ВТО) приведет к увеличению обеспечения соблюдения законодательства об интеллектуальной собственности.

Тем временем лицензиар должен договориться о передаче соглашения включающее договорные меры защиты против злоупотребления лицензированной Информацией. Проблема остается в том, защита будет соблюдаться. Чтобы уменьшить стоимости принудительного исполнения и повысить вероятность успеха, лицензиар должен рассмотреть альтернативные методы разрешения споров, такие как посредничество и арбитраж. Это также важно для лицензиара чтобы понять, что, в отличие от Соединенных Штатов, лицензионное соглашение не может быть полностью закрытым делом. Малоразвитые страны, бывшие коммунисты страны и Китай часто требуют от правительства утверждения и регистрацию лицензирования соглашения. Контракт, вероятно, будет рассмотрен и условия лицензирования лицензированы. Больше всего подверженные пересмотру, включают роялти, конфиденциальность, прекращения и предоставления прав.

В отличие от Китая, Франция установила учет защиты интеллектуальной собственности. Это важно для владельца интеллектуальной собственности зарегистрировать свои права по патенту, авторскому праву и законов о товарных знаках Франции, прежде чем составить соглашение о передаче. Лицензия или перевод соглашения, как правило, в соответствии с французским законодательством, не заменяя европейские Соглашения о лицензировании патентов и интеллектуальную собственность должны основываться на некоторых положениях, которые являются законными в соответствии с законодательством США и могут быть незаконными в рамках ЕС(антитрестовский) закон.

**Сценарий 3:** Приобретение компании в Российской Федерации и Германии самый рискованное из всех

международных компаний сделки - прямые иностранные инвестиции, которые могут варьироваться от открытия филиала до покупки существующей компании или производственного оборудования. Прямые зарубежные инвестиции рискованны прежде всего потому, что он делает компанию приемлемым в диапазоне законов принимающей страны. Эти законы охватывают сферы занятости и труда, окружающей среды, здоровья и безопасности, продукции ответственности и налогообложения. При рассмотрении иностранных прямых инвестиций, первое решение - это то, что тип юридического транспортного средства следует выбрать для работы иностранное предприятие. Самый популярный

способ ведения бизнеса - создать независимое дочернее предприятие по законам принимающей стороны.

При покупке существующей компании в России, наибольший риск представляет собой неопределенность в значении и соблюдение коммерческих законов. Большинство из действующих законов западного стиля были приняты после падение коммунизма в 1991 году. Поддержка юриспруденции (найденная в западных правовых системах) до сих пор не разработаны российскими судами; факт широко распространенная неэффективность Российской правовой системы хорошо освещена. Россия является страной, где использование совместного предприятия с установленным российским партнером должно быть выгодным. Совместный партнер может разделить риски и предоставить часть капитала или предложить необходимые правительственные контакты и распределение системы. Совместные предприятия должны быть одобрены или зарегистрированы в государственных учреждениях, а невозможность регистрации может привести к серьезным негативным последствиям таким как растворение соединения совместного предприятия. Как вторжение России в 2014 году Крым и последующие западные санкции повлияют на ваше решение? Как бы вы смягчили риски политической и экономической стабильности в России чтобы воспользоваться инвестициями и возможностями из-за депрессии российской экономики и усилении доллара США? Обратите внимание, что Помощь в развитии, страхование и программы кредитования были заморожены для инвестиций в России.

Напротив, покупка компании в Германии почти такая же, как покупка компании в Соединенные Штаты. Существует мало вероятность экспроприации или национализации государства в Германия. Профессиональное трудовое законодательство Германии, однако запрещает приобретающей фирме игнорировать существующие коллективные договоры. Доктрина о занятости в Соединенных Штат позволяют приобретающей фирме сократить численность рабочей силы с небольшим правовым ограничением, но работа в Германии рассматривается как собственность, как право, которое должно соблюдаться. Любые существенные изменения в рабочей силе, такие как увольнения или закрытия завода, должны быть представлены на работы совета, состоящего из сотрудников. Наконец, корпорации законы как в России, так и в Германии как следует нужно исследовать. Предоставленная ограниченная ответственность корпоративным юридическим лицам является неприкосновенность в США, но в иностранных правовых системах, если удастся проколоть корпоративную завесу, чтобы провести материнскую компанию или ответственность за совместное предприятие вероятно, будет успешным.

**Ценовые риски.** Первым экспортерам товаров жизненно важно интернализировать все дополнительные расходы на международную торговлю в рамках вашей цены. Внутренняя компания не может предположить, что соответствующая цена ее товаров на внутреннем рынке соответствующая цена для внешнего рынка. В зависимости от типа транзакции и торгового термина, введенного в контракт будет иметь ряд затрат, уникальных для международных продаж, которые необходимо будет включить в цену взимаемого за товар. Если предположить, что вы являетесь экспортером товаров и заключаете документальные операции и торговлю.

## **Лекция №6. Основы управления рисками.**

**1 - вопрос. Госучреждения и программы помощи в США**

**2 - вопрос. Управление рисками через программы страхования.**

**3 - вопрос. Управление рисками через посредников.**

1. Прежде чем выходить на внешний рынок, бизнес должен измерять степень и вероятность политического риска посредством проведения официальной оценки рисков. Это можно сделать внутренне посредством исследований с использованием материалов через Государственный департамент США и ОПИК. Некоторые предприятия привлекают частные компании, которые специализируются на оценка рисков. Однако если проект очень велик, руководство должно встретиться с государственными должностными лицами по экспорту в иностранную страну, чтобы обсудить цели компании. Если возможно, формальное соглашение о концессиях правительства в котором обсуждаются обязанности иностранного правительства и права компании. Он должен указать уровень тарифов, подлежащих выплате, право на репатриацию прибыли, обязательство принимающей страны к защите интеллектуальной собственности, применимому уровню налогообложения и трансфертным ценам правительства и политику открытых дверей. Также разумно требовать использования посредничества и арбитража в случае спора. Таблица 1.5 обеспечивает список государственных учреждений и программ США, которые помогли американским компаниям, желающим заниматься бизнесом на международном уровне.

Как отмечалось выше, ОПИС является федеральным агентством, которое облегчает прямые иностранные инвестиции США в развивающиеся страны и развивающиеся рыночные экономики. ОПИС - независимая, финансово независимая корпорация, полностью принадлежащая правительству США. ОПИС поощряет инвестиционные проекты США за рубежом, предлагая страхование от политических рисков, гарантии всех рисков и прямые кредиты. Страхование политических рисков ОПИС защищает иностранные инвестиции США за пределами неопределенности гражданские беспорядки и другое насилие, экспроприация и необратимость валюты. Кроме того, ОПИС

может охватывать бизнес потери дохода, вызванные политическим насилием или экспроприацией. OPIC может предложить до \$ 400 млн в общей поддержке проектов для любого проекта - до 250 млн. долл. США в рамках проектного финансирования и до 250 млн. долл. США в области страхования политических рисков. Объем страхования и финансирования, доступных для проектов в нефтегазовом секторе с оффшорными, валютная выручка составляет 300 миллионов долларов США за продукт и 400 миллионов долларов, если проект получит кредитную оценку инвестиционного уровня.

*Таблица 1.5. Агентства США и программы помощи*

Государственные учреждения США и Программы содействия экспорту	Описание
Министерство торговли США (DOC)	Филиал правительства, ответственный за содействие внутреннему экономическому росту
Коммерческая служба США (CS)	Отдел содействия торговле в Министерстве торговли США
Управление международной торговли (ITA)	Бюро Министерства торговли, отвечающее за программы продвижения экспорта
Правительственное агентство малого бизнеса (SBA)	Управляет программами для экспортеров США, в том числе финансовыми программами
Агентство по торговле и развитию (USTDA)	Предоставляет гранты для проведения технико-экономических обоснований в развивающихся странах
Департамент сельского хозяйства (USDA)	Отдел государственного управления, отвечающий за разработку и осуществление федеральных государственная политика в области сельского хозяйства,

	сельского хозяйства, лесного хозяйства и продовольствия
Агентство международного развития (USAID)	Государственное агентство, которое закупает товары и услуги у американских компаний для использования в развивающихся странах
Программа сертификации ярмарок (TFC)	Сертифицирует международные торговые мероприятия, так что компании из США могут заранее знать отличается ли мероприятие высоким качеством и предлагает ли возможности
Многосторонний банк развития (МБР)	Создан группой стран для обеспечения финансирования проектов развития и профессионального консультирования
Центр развития малого бизнеса (SBDC)	Национальная сеть консультантов для малых предприятий (предлагает услуги, которые могут помочь первоклассным экспортерам)
Программа международной торговли (IBP)	Программа Министерства торговли, которая сводит устроителей выставок в США с иностранными покупателями
Центральное разведывательное управление (ЦРУ)	Собирает информацию и статистику, публикует World Factbook, важный источник в исследованиях рынка

2. Как только потенциальный риск оценивается, бизнес может застраховаться от потерь, получив страхование от политических рисков. ОПИС предлагает четыре вида страхового

покрытия. Во-первых, он защищает от ограничений на репатриацию прибыли. Во-вторых, это страхует от экспроприации и национализации. В-третьих, он страхует от ущерба имуществу из-за войны или гражданских беспорядков.

В-четвертых, он предоставляет страхование от прерывания бизнеса для потерь доходов, вызванных политическими беспорядками. ОПИС также будет страховать банки, желающие финансировать экспортные операции, позволяя банку подтвердить аккредитив от рискованного импортера и его банка. Страхование ОПИС доступно только американским инвесторам или экспортерам, осуществляющим бизнес в чужой стране, с которой Соединенные Штаты вступили в БИТ. Кроме того, ОПИС разрешено подавать в суд на иностранное Правительство, потому что ДИД требуют, чтобы иностранная страна отказалась от защиты суверенного иммунитета.

Международная инвестиционная страховая компания является Многосторонним агентством по инвестиционным гарантиям (МИГ). Созданная в 1988 году в рамках Всемирного банка, МИГА поощряет инвестиции в развивающиеся страны через смягчение неторговых инвестиционных барьеров. Он обеспечивает страхование от экспроприации, войны и других некоммерческих рисков и предлагает инвестиционные гарантии прямых иностранных инвестиций, а также лицензирование, франчайзинга и передачи технологий. Определение необходимости политического или коммерческого страхования рисков должно быть сделано, если ведение переговоров по основному контракту, а также стоимость и тип страхования, подлежащего заготовке, должны быть указаны в контракте. Страховые закупки могут регулироваться государственным регулированием. В Китае, например, страхование в сочетании с совместным предприятием должно быть получено через китайскую страховую компанию, решение о получении коммерческого страхования может быть продиктовано коммерческим кредитором. Положения в контракте также должны быть пересмотрены для их потенциального воздействия на последующие страховые претензии. Например, свод законодательных положений следует пересмотреть, чтобы определить, существуют ли законы, которые не позволяют застрахованному предъявить иск по его страховому полису.

Заявка на страхование, такая как заявка на аккредитив, носит контрактный характер. Кандидат должен внимательно прочитать форму и ответить на нее как можно честнее и всесторонне. Общее правило состоит в том, что заявитель должен раскрыть любую информацию, которая «материально» повлияет на решение страховой компании: предоставить запрашиваемое страхование. В области связанной с морским страхованием суд заявил, что: «заявитель на морской страховой полис должен раскрыть каждый факт в пределах его знаний, который является существенным для риска ». В этом деле, владелец компании не раскрыл, что он ранее подал претензии на более чем два десятка потерь в море. Суд установил, что имеются достаточные доказательства мошенничества в умышленном сокрытии существенных фактов и разрешено расторжение (аннулирование) страхового полиса.

Типичные положения, содержащиеся в большинстве договоров страхования, включают описание застрахованного имущества, определение акта экспроприации, период ожидания, уведомление, гарантии, возврат, обязанность минимизировать потерю, а также определение и вычисление потерь. Инвестор должен внимательно изучить определение экспроприации, обнаруженное в его страхован. Включает ли политика как частичные, так и полные потери из-за экспроприации? Часто требуется «период ожидания» между потерей и сбором страхового полиса. В крупных проектах период ожидания может быть долгими годами. Обязанности застрахованного лица в отношении сохранения инвестиций и любые претензии, связанные со страховым полисом должны быть четко определенными. Предоставление гарантии часто требует, чтобы застрахованный предпринимал шаги для сохранения своего покрытия. Например, застрахованный может подтвердить, что он будет соответствовать соответствующим законам принимающей страны и что незастрахованная часть инвестиций останется незастрахованной. Кроме того, права на возмещение, произведенные после оплаты на требование должно быть определено.

Другие государственные программы помощи и помощи в области экспорта включают Агентство США по торговле и развитию (USTDA), которое работает непосредственно с

отдельными компаниями и ассоциациями производителей и услуг для выявления торговые возможности и препятствия, связанные с продуктом или услугой, промышленным сектором и рынком. Индустрия USTDA и международные эксперты проводят исполнительные торговые миссии, торговые ярмарки, маркетинговые семинары и деловые консультации, и предоставляют в центры информации по продуктам. Еще одним важным государственным органом является Эксимбанк, который обеспечивает страхование кредитов на экспорт, кредитные гарантии кредиторам, прямые кредиты экспортерам на условиях кредитования на рынке и кредиты иностранным покупателям. Гарантии оборотного капитала Eximbank позволяют кредиторам предоставлять финансирование, которое экспортер должен покупать или производить продукт для экспорта, а также финансировать краткосрочную дебиторскую задолженность. Эксимбанк предлагает страхование экспортных кредитов для компенсации коммерческих и политических рисков, которые иногда связаны с международной торговлей.

Коммерческая служба США (CS) предоставляет множество практических услуг, включая поиск и оценку зарубежных покупателей и представители, дистрибьюторы, реселлеры и партнеры; возможности международной торговли; иностранные рынки для продуктов и услуг США; экспортное финансирование; требования экспортной документации; Экспорт США требования к лицензированию и импортные требования иностранных государств; экспортные семинары и конференции; а также стратегии электронной коммерции. К CS относится коммерческое обслуживание за рубежом. Сотрудники U.S. CS работают в более чем 150 офисах, расположенных в более чем 75 странах. Они предоставляют целый ряд услуг, которые помогают компаниям продавать в зарубежных рынках, включая справочную информацию о зарубежных компаниях; услуги локатора агента-дистрибьютора; рынок исследование; due diligence дистрибьюторов и прямых покупателей; деловое общение в культурном контексте; консультирование о стратегиях вступления, ценообразовании и продвижении; и организация встреч с ключевыми покупателями и правительственными чиновниками.

3. Управление рисками через посредников. Использование профессиональных консультантов и агентов может снизить риски экспорта, лицензирования и прямых иностранных инвестиций. Международные специалисты, такие как экспедиторы, таможенные брокеры, аналитики политического риска, международные юристы, и коммерческие страховые компании все предлагают экспертизу и услуги. Таможенные брокеры помогают импортерам с ввозом товаров в зарубежные страны, их классификацию и оценки и оплаты пошлин. В Соединенных Штатах таможенные склады лицензируются в соответствии с частью III раздела 19 Кодекса федеральных правил для ведения бизнеса с Таможенной службой. Они могут быть наняты для оформления необходимых импортных и таможенных документов. Таможенные брокеры предоставляют разнообразные жизненно важные услуги, включая консультирование импортера по формальностям, правилам, и пошлины за тариф (налоги или пошлины) для конкретной страны импорта. Следует отметить, что при некоторых торговых операциях как DDP (см. главу 14), «импортер» может быть фактически экспортером. В соответствии с термином DDP у продавца есть обязательство по очистке товаров через таможенные и тарифные сборы в стране импорта. Таможенный брокер советует импортер по выбору классификационного номера HTS (см. главу 6) в надежде на оплату более низкой тарифной ставки. Это также готовит и рассматривает таможенные документы, доставляет их в таможенные органы и получает документ выпуская товары для импорта.

Дополнительные услуги, предоставляемые таможенными брокерами, включают в себя организацию, складирование товаров в порту ввоза (после таможенного оформления товаров). Документы, выпущенные таможенный брокер включает в заявку на импортную лицензию, декларирование импорта специальный таможенный счет. Как правило, продавец или экспортер нанимает экспедитора, а таможенный брокер является агентом для импортера или покупателя. Экспортные экспедиторы должны быть сертифицированы Федеральной морской комиссией для обработки морской перевозки грузов. Экспедитор часто организует всю документацию, необходимую для перемещения груза от источника до назначения и сбор документов для

представления банку от имени экспортера. Экспедитор устраивает для страхования груза, уведомляет покупателя о поставке и консультирует грузоотправителя по вопросам маркетинга и маркировки. Взамен экспедитор оплачивает сбор экспортером и может получать процент от стоимости фрахта от обычного перевозчика. Международный банкир предлагает финансовую помощь, предоставляет гарантии оплаты, и облегчает перемещение документов между сторонами.

Управление международной торговли (ИТА) является агентством в Министерстве торговли США, чья Миссия заключается в содействии экономическому росту и процветанию посредством глобальной торговли. ИТА предоставляет практическую информацию для помощи вам выбрать свои рынки и продукты, гарантирует, что у вас есть доступ к международным рынкам в соответствии с требованиями наших торговых соглашений и защищает вас от недобросовестной конкуренции, такой как сбрасываемый и субсидируемый импорт. ИТА состоящий из следующих четырех единиц: (а) Производство и услуги, подразделение по анализу промышленности, которое поддерживает U.S. внутренняя и глобальная конкурентоспособность отрасли; (b) Коммерческая служба, подразделение содействия торговле, которое помогает США предприятия на каждом этапе процесса экспорта; (c) Доступ к рынкам и соблюдение требований, политику в конкретной стране, которая держит мировые рынки открытыми для продуктов США и помогает компаниям США извлекать выгоду из наших торговых соглашений с другими странами; и (d) Администрирование импорта, подразделение по обеспечению соблюдения законов о торговле, которое гарантирует, что в США предприятия сталкиваются с равным игровым полем на внутреннем рынке.

Другим важным сторонним сервисом является АТА Carnet. АТА Carnet является стандартизированным международным таможенным документом, используемым для получения беспошлинного временного допуска определенных товаров. Аббревиатура АТА выводится от французских слов допуск temporaire и английских слов временного допуска. Странам, подписавшим Конвенцию АТА, требуется книжка. В соответствии с Конвенцией АТА коммерческие и

профессиональные путешественники могут временно взять коммерческие образцы; инструменты торговли; рекламные материалы; и кинематографические, аудиовизуального, медицинского, научного или другого профессионального оборудования в страны-члены без уплаты таможенных пошлины и налоги или размещать облигацию на границе каждой страны для посещения. Вы должны связаться с Советом США для международного бизнеса, чтобы определить, является ли страна, которую вы посещаете, членом Конвенции АТА. Карнеты, как правило, действительны в течение 12 месяцев.

Контртрейдинг используется для преодоления проблем конвертируемости валюты и репатриации или капитальных недостатков иностранной стороны. В этом разделе будут обсуждаться некоторые из распространенных форм встречной торговли, включая бартер, выкуп и встречная закупка. Бартерная сделка включает обмен товарами или услугами, но бартерные соглашения не всегда простые, безличные, основаны на единичные документы. Они иногда связаны с двумя отдельными документальными продажами, часто с отдельными аккредитивами. Форма встречной торговли, называемая встречной покупкой, является экономической сделкой в которой одна сторона продает товары второй стороне, и в свою очередь первая сторона соглашается приобретать товары со второго чтобы достичь согласованного соотношения баланса торговли. Вариантом является соглашение о смещении. «Смещения составляют согласие иностранного продавца включить в качестве части продажи в иностранной стране использование частей или услуг от местных поставщиков ». Смещение удовлетворяет требованиям к местному контенту, когда принимающая страна обязана, чтобы определенный процент должен быть продуктом местных материалов и труда. При операциях выкупа или компенсации экспортеры тяжелых оборудования, технологий или целые производственные мощности соглашаются приобрести определенный процент от объема производства объекта. Министерство торговли может консультировать и помогать экспортерам США, столкнувшимся с встречными требованиями.

## **Лекция №7. Этика международного бизнеса.**

- 1 - вопрос. Деловая этика.**
- 2 -вопрос. Концепция прав и обязанностей**
- 3 - вопрос. Этика добродетели.**

1. Несмотря на дискуссии между теми, кто выступает за абсолютистский подход к этике, и теми, кто выступает за этический релятивизм, директивные органы нуждаются в этических инструментах, которые могут помочь им принимать этически правильные решения. Менеджеры предприятий часто могут не понимать этические последствия своих решений. С точки зрения прибыли и доверия хорошая репутация на мировом рынке стала первостепенной для большинства международных корпораций, отчасти потому, что плохая этическая практика очевидна во все более прозрачной глобальной экономике. Корпорации часто являются объектом наблюдения со стороны средств массовой информации, госорганов, конкурентов, частных лиц, и даже их собственных сотрудников. Потери репутации, связанные с неэтичными практиками, могут быть катастрофическими.

Чтобы лучше информировать сотрудников по этическим вопросам, должно быть какое-то согласие относительно того, что правильно или неправильно. Должны быть сделаны основные выводы относительно правильности определенных видов практики и деятельности. Эти выводы носят описательный, а не нормативный характер. Например, дело не в том, является ли взятка неправильным действием, а в том, считают ли граждане большинства цивилизованных стран, что взяточничество - неправильно. Обзор традиционных этических учений является отправной точкой для выработки подходов этического принятия решений

для бизнеса, а также это позволяет бизнесмену лучше применять моральные аргументы в отношении этических проблем на международном уровне. Этические школы, подлежащие анализу, включают утилитаризм, концепцию прав и обязанностей, этику добродетели и этику забот.

Утилитаризм - это телеологический подход к этике. Телеология или консеквенциализм оценивает последствия решения или действия, чтобы определить, было ли оно необходимо с этической точки зрения. Существует много разных формулировок этого подхода. Самой простой формой утилитаризма является гедонизм или эгоизм, который просто определяет правоту действия тем, создает ли оно больше пользы, чем вреда для лица, принимающего решение. В области бизнеса эгоизм часто ассоциируется с экономикой Адама Смита, который обычно считается отцом современной экономики. Его труд «Богатство Народов» был опубликован в 1776 году. В нем Смит обозначил основания свободной рыночной экономики: лица должны быть допущены к принятию решений на основе их собственных узких частных интересов. Такой рациональный частный интерес приведет к созданию эффективной экономики, которая приносит пользу обществу в целом. Взгляд Смита на частный интерес и свободный рынок в основном был неправильно истолкован.

Моральная философия Смита, как описано в другом его труде, «Теория нравственных чувств», рассматривала рациональную корысть через включение многих альтруистических факторов, не связанных обычно с экономическим человеком теории свободного рынка.

Другой, упрощенный вариант утилитаризма это экономическая концепция прибыль-стоимость. Анализ затрат и прибыли - это попытка монетизировать этическую детерминацию путем оценки долларовой

стоимости действия. Опасность этой узкой интерпретации утилитаризма была продемонстрирована в печально известном примере с автомобилем Форд Пинто. Зная заранее о недостатках конструкции, которая допускала возможность возгорания топливного бака при ударе сзади, было принято решение не устанавливать относительно недорогое устройство для предотвращения этого. Решение было основано на расчете расходов, в котором судебные издержки, компенсации пострадавшим и т.д. были признаны меньшими чем расходы на изменение конструкции.

Это поднимает ряд вопросов: является ли оценка расходов и прибыли исключительно с точки зрения автомобильной компании этически верной? Как оценивается человеческая жизнь или благополучие? Такие ценности как человеческая жизнь - перевешивают ли они другие факторы в уравнении «затраты - прибыль»?

Настоящий утилитарный анализ пытается взвесить все прямые и косвенные последствия с точки зрения всех заинтересованных сторон, а не только с точки зрения лица, принимающего решение. Крайне важно, чтобы лицо, принимающее решение, постоянно расширяло утилитарный анализ, чтобы учесть столько последствий и заинтересованных сторон, сколько возможно. Также важно искать альтернативы, которые сводят к минимуму затраты (вред) и увеличивают чистую выгоду. Затраты - прибыль в идее утилитаризма не учитывают, как распределяется чистая выгода от действия. Таким образом, решение компании, которое создает чистую прибыль, вряд ли будет этическим, если компания получит всю выгоду себе, а общество не получит ничего. В других случаях в некоторых развивающихся странах лидеры страны и их партнеры могут забирать все выгоды себе.

Доминирующие соображения порой несоизмеримы. Как оценивать жизнь, равенство, здоровье и т.д.?

Можно утверждать, что каждый день мы делаем эти оценки в определении того, что представляет собой разумный уровень безопасности или что является разумным уровнем загрязнения. Утилитарный подход утверждает, что рынок ориентируется на уровень предпочтений нашего общества в вопросе безопасности или загрязнения. Но установил ли рынок разумные уровни в решении Пинто, где проблемы безопасности были проигнорированы? Или где были отдельные потребители? Были бы ли действия производителя более этичными, если бы он раскрыл опасность возгорания? Был бы ли он освобожден от моральной ответственности, если бы предложил потребителю возможность отдельно приобрести устройство безопасности?

Критики утверждают, что утилитарный расчет должен быть первым этапом в двухэтапном процессе. Второй этап – анализ того, как распределяются прибыли. Этот процесс связан с понятием справедливости распределения. Второй этап может также влиять на последствия действия с точки зрения индивидуальных прав. Например, если результат приведет к уменьшению основных прав человека, тогда действие будет рассмотрено как неэтичное. По сути, некоторые проблемы, такие как права человека, будут иметь приоритет над результатами чисто утилитарного анализа.

Эта идея о том, что некоторые вещи являются неприкосновенными, является частью концепции **доминирующих соображений**. Определенные негативные последствия могут перевесить вывод, что действие создает «наибольшую пользу для наибольшего числа сторон». Если действие дает наибольшую пользу за счет прав меньшинства, то утилитаризм терпит неудачу.

В целом, бизнесмен, использующий утилитарный подход в процессе принятия решений должен

учитывать всех лиц, которых затронет решение. Затем бизнесмен должен оценивать хорошие и плохие последствия решения с точки зрения всех в этом списке. Затем анализ должен быть расширен, чтобы включать любые косвенные эффекты, которые ранее не рассматривались. При определении чистой выгоды или потерь, лицо, принимающее решение, должно искать альтернативы, которые приведут к большему количеству чистых выгод. Если альтернативы есть, то лицо, принимающее решение, должно задать некоторые фундаментальные вопросы при выборе из них: какая альтернатива лучше всего способствует общему благу? Какая альтернатива наилучшим образом учитывает права человека? Какой из этих вариантов лучше всего соответствует этике предприятия? Наконец, лицо, принимающее решение, должно попытаться выявить любые доминирующие соображения, несмотря на чистые выгоды.

2. Хотя утилитарный подход фокусируется на чистых выгодах для общества, подход с ориентиром на права и обязанности рассматривает мораль с точки зрения личности. Моральное право кого-то создает соответственный моральный долг других не вмешиваться в осуществление этого права. Джон Локк отстаивал понятие неотъемлемых прав, которые выше социального договора, который связывает людей в обществе и связывает правительство с народом. Эти неотъемлемые права, провозглашенные в основополагающих документах Соединенных Штатов (Декларация независимости, Конституция, Билль о правах) и французских «Правах человека», признают неприкосновенность индивидуальной автономии и равенство в стремлении к личным интересам. Эта святость индивидуальной свободы воплощена в США в праве на голосование, на объединение, свободе религии и

праве на свободную прессу. Что касается международных документов, то Декларация Организации Объединенных Наций по правам человека принимает подход основных прав человека. Совсем недавно Организация Объединенных Наций приняла резолюцию, озаглавленную «Декларация о праве на Развитие», которая утверждает, что каждый человек имеет право на развитие.

Декларация указывает на ответственность отдельных стран и международного сообщества за обеспечение прав на развитие. В статье 3 Декларации говорится, что страны «обязаны сотрудничать в обеспечении развития личности и устранения препятствий на пути развития», включая разработку международных политик, которые способствуют «более быстрому развитию развивающихся стран». «Международному сообществу требуется сотрудничество для обеспечения этих стран «надлежащими средствами для содействия их всеобъемлющему развитию».

Права можно рассматривать как доминирующие соображения, которые преследуют строго утилитарный расчет. Из-за твердой веры в личные права в политической культуре США, например, американская компания будет испытывать трудности с ведением бизнеса в культуре, которая открыто дискриминирует женщин или группы меньшинств. Преимущества инвестиций за рубежом должны быть сопоставлены с необходимостью уважать и защищать права человека.

Такие вопросы часто возникают из-за «теории относительного развития», которая ставит под сомнение целесообразность применения стандартов родной страны к менее развитым странам. Вместо этого предлагается рассмотреть вопрос о том, была ли приемлема схожая практика в то время, когда страна происхождения находилась на аналогичной стадии развития? Однако прошлых грехов может быть

недостаточно для оправдания современных методов. Иногда стандарты принимающей страны можно считать недостаточными для любого уровня развития. Это, например, проблема этики определения заработной платы. Есть ли у иностранных работников моральное право на прожиточный минимум, который, например, будет выше стандартов в большинстве развивающихся стран? Правильно ли для иностранной компании выплачивать заработную плату намного ниже тех, которые выплачиваются в их родной стране, и которые не улучшают стандарт жизни в стране пребывания?

Другим конфликтом, вызывающим этические проблемы, является конфликт культурных традиций, в котором неэтичная практика в родной стране считается этически правильной в принимающей стране. Как компания борется, например, с практикой «стеклянный потолок» для женщин, который является открытой частью саудовской культуры и местных религиозных убеждений? Как открытая дискриминация в отношении чернокожих в рамках южноафриканского закона апартеида влияет на инвестиции США в эту страну?

Первоначальный ответ на порабощение чернокожих в южноафриканском обществе заключался не в том, чтобы бойкотировать инвестиции в ЮАР. Вместо этого транснациональные корпорации (ТНК) согласились вести бизнес в Южной Африке, но открыто осудили апартеид. Надежда состояла в том, что ТНК могли бы более эффективно бороться против апартеида, работая в системе, чем извне. Хотя этот подход в конечном итоге был отменен в пользу бойкот-эмбарго, это пример морального соображения, преодолевающего биполярный подход «все или ничего». Это также демонстрирует силу согласованных действий нравственного поведения.

Поскольку западные компании согласованно выступили против законов апартеида, правительство Южной Африки решило не ужесточать режим и не выступать против этих компаний.

Форма правового подхода к этике - это **кантовская этика**. Подобно правовому подходу, эта школа деонтологична по своей природе. Он основан на убеждении, что существуют абсолютные обязанности (или права), которые нельзя изменить, несмотря на последствия, вызванные такой обязанностью. Иммануил Кант создал этическую систему, которая признавала существование абсолютных моральных обязанностей или законов, которые он назвал «категорическими императивами». Эти обязанности были безусловными и априорными к любым утилитарным расчетам.

Одна общая формулировка категорического императива состоит в том, что человеческие существа никогда не могут использоваться как «средство для достижения цели». «Все люди должны быть признаны равными, рациональными личностями». Тем самым неправильно подвергать их любому риску без их информированного согласия. Таким образом, ТНК, который создает опасный химический завод в развивающейся стране имеет моральную обязанность полностью раскрывать риски для экологии принимающей страны, здоровья общества и его рабочих. Проблема раскрытия информации заключается в том, что низкий уровень экономического развития и доходов на душу населения может сделать информирование бессмысленным. Должна ли иностранная компания делать больше, чем раскрывать информацию и подчиняться любым правилам принимающей страны, которые могут применяться? Кантианская этика предполагает, что у нас есть универсальная

обязанность не наносить умышленно вред друг другу.

3. Этика добродетели фокусируется не на морали действия, а на моральном характере или мотивации актора. Данная этика разделяет мотивы на добродетели и пороки. Пороки рассматриваются как разрушительные для человеческих отношений и включают эгоизм, неискренность и несправедливость.

Напротив, Аристотель видел достоинства как приобретенные моральные черты, которые позволяют человеку действовать правильно. Этот подход полезен для понимания важности корпоративной культуры. Очевидно, что корпоративная культура, которая при любых обстоятельствах ориентирована на прибыль, не способствует поощрению моральных добродетелей среди сотрудников компании. Добродетельная этика утверждает, что развитие морально желательных добродетелей будет способствовать моральным действиям. В соответствии с аристотелевской этикой, моральные поступки необходимы для достижения состояния эвдемонии, что означает процветание или счастье.

Также, добродетельная этика основана на том, что решения должны приниматься с целью развития в себе добродетелей или морального характера. С другой стороны, кто-то, кто имеет моральный характер, принимает этически обоснованные решения.

В отличие от этики добродетели утилитаризм смотрит на последствия решения чтобы определить, является ли решение этическим. Кроме того, в деонтологии или кантианской этике сперва принимаются моральные принципы, и затем применяются к любой ситуации. Речь идет о разработке правил, принципов, обязанностей и прав. В добродетельной этике моральные принципы

не определяются заранее, так как каждая ситуация рассматривается индивидуально и решение принимается в целом на основе желания быть добродетельным.

## **Лекция №8. Особенности в этике международного бизнеса.**

- 1 - вопрос. Ситуационная бизнес этика.**
- 2 - вопрос. Интегративный подход к деловой этике.**
- 3 - вопрос. Аморальный международный бизнесмен.**

В ситуационной этике определение этического решения зависит от контекста. Нет универсальной моральной нормы, как в кантовской этике, поскольку каждый случай уникален и заслуживает уникального решения и, следовательно, необходимы гибкие руководящие принципы, а не абсолютные правила. Что может быть неправильно в одной ситуации, может быть верно в ином контексте или в другое время. Что хорошее или что плохое зависит от того, помогает ли оно людям или вредит им. Таким образом, ситуационная этика больше похожа на утилитаризм в том, что в процессе принятия решений учитываются последствия.

Принцип этики заботы фокусируется на важности сохранения сети общественных взаимоотношений. Компания при расчете преимуществ и издержек решения должна учитывать конкретные отношения с людьми. Этически целесообразно, например, для компании уделять больше внимания преимуществам и затратам от принятого решения для своих работников и местного сообщества.

Подход к этике в утилитаризме или деонтологии подчеркивает беспристрастность и равенство сторон. Этика заботы позволяет признать, что мы несем обязательства перед одними в большей степени чем перед другими.

Потенциальное влияние этого подхода можно проиллюстрировать типичным случаем перемещения производства. Совет директоров должен решить, следует ли переместить давно установленный и стареющий завод в своей стране в

более экономично дружественное расположение в развивающейся стране. Утилитарный подход оправдал бы движение чисто по эффективности основания. Подход с точки зрения прав признает право владельца перемещать свой бизнес, чтобы поддерживать в финансовой жизнеспособности его компанию. Кроме того, в соответствии с доктриной «найма по желанию», распространенной во многих странах, например в США, работодатель не обязан продолжать обеспечивать работой своих работников. Наконец, поскольку предприятия и корпорации действуют в соответствии с законами, согласно которым они имеют права, в том числе на чтобы их законно принятые решения не должны подвергались вмешательству.

Напротив, этика ухода признать особое обязательство которое имеет в отношении своих работников и местного сообщества.

2. Различные этические подходы к принятию бизнес-решений дают представление о том, как решать или действовать. Интегративный подход к этике, включающий лучшее из каждого из них, особенно разумен в международных деловых отношениях, учитывая проблему этического и культурного релятивизма. Такой подход мог бы уравновесить преимущества и недостатки решения и сравнить их с альтернативами (утилитарный подход). Он будет учитывать, будет ли данное действие неуважением к основным правам человека (подход прав и обязанностей). Он также будет судить о распределяющих эффектах решения и видеть, как прибыль и издержки в конечном итоге распределяются (подход оценки справедливости). Наконец, это помогло бы оценить влияние решения на тех, кто связан с компанией (этика заботы).

Интегративный подход мог бы обеспечить более полный анализ заинтересованных сторон международных бизнес-решений. Проблемы

отдельных лиц (право) и общества (утилитарный подход) рассматриваются как беспристрастно (с точки зрения справедливости), так и субъективно (этика заботы). Такой подход можно найти в многих корпоративных кодексах поведения. Рассмотрим подход компании Motorola, который иллюстрирует использование различных подходов к этике. Читатель может видеть в ее положениях влияние подходов, учитывающих утилитарные основания, права человека, категорию справедливости, и основанные на добродетели подходы к этическому принятию решений.

Корпоративный кодекс Motorola (см. Рисунок 2.1 Введение бизнеса на международном уровне : «Корпоративный кодекс Motorola») гласит, что «сотрудники Motorola будут уважать законы, обычаи и традиции каждой страны, в которой они действуют, но, в то же время, не будут заниматься такой деятельностью, которая, даже если является законной, общепринятой в данной стране, может считаться нарушением принятой деловой этики Motorola или законов США, касающихся деловой этики.

**Таблица 1. Введение бизнеса на международном уровне: «Корпоративный кодекс Motorola»**

Выдержки из Кодекса	Этический подход
Смотрите внимательно на последствия действий	Расчет полезности
При анализе сторон бизнес-отношений должны рассматриваться как денежные, так и неденежные переменные	Расширенный утилитарный анализ
Действие создает больше общего блага, чтобы компенсировать нанесенный	Утилитаризм

вред	
Дайте каждому человеку должное	Правосудие и справедливость
Уважайте права человека и гражданские права	Деонтология
Наши обязанности закключаются в законе, договорах, политике и религиях, но они всегда подлежит интерпретации	Обязанности / релятивизм (уважение к местной культуре)
Важно признать влияние положительного поведения в принятии решений, таких как честность и мужество	Этика добродетелей

Однако межкультурные недоразумения по-прежнему препятствуют международным компаниям разработать такой кодекс этики, который можно применять на международном уровне. Проблема состоит в том, что абстрактные термины, такие как права человека или взяточничество, имеют различные коннотации, которые зависят от культурных ценностей и местных обычаев. На самом деле, корпоративные кодексы этики не так распространены во многих странах мира, как, например, в США. Даже когда внедрен кодекс этики, межкультурные недоразумения могут возникать между менеджерами принимающей страны и теми, кто находится в домашнем офисе. Motorola пытается добиться баланса между соблюдением таможенных правил и законы принимающей страны, оставаясь верными своему кодексу этики и принципам своей родной страны. В конечном счете, это непосредственно затрагивает понятие этического релятивизма в интерпретации кодекса поведения. Тем не менее, кодекс твердо обязывает своих сотрудников руководствоваться

своими нормами, а не убеждениями принимающей страны

Нобелевский лауреат Милтон Фридман написал в 1970 году, что единственная социальная ответственность бизнеса - увеличить прибыль. По Фридману, корпорации не имеют никакой социальной ответственности и не стараться быть хорошими " корпоративными гражданами. По его мнению, корпорация не имеет права тратить корпоративную прибыль на социальных или благотворительных проектах, поскольку практика социальной ответственности распространяется только на отдельных лиц, а не на корпорации. Добровольно потратить свою долю в корпоративной прибыли для социальных целей - прерогатива исключительно отдельного акционера. С этической точки зрения корпорации должны соответствовать только моральным минимумам. Моральный минимум, по словам Фридмана, подчиняется « основным правилам » или законам общества в преследовании большей прибыли.

Каковы «основные правила» общества? Должно ли определение основных правил быть ограничено только законами страны? Согласны ли вы с Фридманом, что у корпорации нет социальной ответственности, и не должны преследовать «социальные цели»?

Одним из подходов к рассмотрению этих вопросов является «**миф об аморальном предпринимателе**». Он утверждает, что хорошая этика согласуется с погоней за прибылью. Более того, эта школа бизнеса утверждает, что этические бизнес-практики необходимы для долгосрочной рентабельности. Фрэнсис Фукуяма в своем исследовании того, почему некоторые общества были более процветающие, чем другие, выделил понятие доверия как решающего фактора. Под его мнению, бизнес в основном **кооперативное**

предприятие, само существование которого требует этического поведения. Рациональный личный интерес, отображенный в «экономическом человеке» Адама Смита приводит к нежеланию сотрудничать, кооперировать. Фактически, бизнес показывает, что даже люди, мотивированные исключительно своими интересами, все равно имеют веские основания быть этичными в своих деловых отношениях. Merck, международная фармацевтическая компания, рассматривает свою репутацию этичного бизнесмена как конкурентное преимущество. Кодекс этики Merck является явным отказом от концепции аморального предпринимателя. Вместо этого он видит компанию как хорошего корпоративного гражданина. Короче говоря, прибыль важна, но она не обязательно определяющий фактор в принятии корпоративных решений. Девиз Merck, провозглашенный его основателями: «Помните, что лекарство создается не для прибыли, а для людей. Прибыли придут потом. И чем меньше вы о них думаете, тем больше будет прибыли».

## Лекция №9. Организационная этика.

**1 - вопрос. Внутрифирменная этика.**

**2 - вопрос. Экологическая этика.**

**3 - вопрос. Стандарты страны хозяина.**

*1- Вопрос. Внутрифирменная этика.*

*2-Вопрос. Экологическая этика.*

*3-Вопрос. Стандарты страны хозяина.*

1. Организационная этика может быть важной проблемой для международного предприятия. Как моральные нормы, действующие обычно в привязке с личной волей или ответственностью, применяются к корпорациям? Если предполагать, что организации несут моральную ответственность, кто именно внутри организации должен нести ответственность за нарушение корпорацией моральных норм? Традиционное мнение состоит в том, что те, кто сознательно принимают участие в неэтичных действиях, должны быть нести ответственность. Например, в случае инсайдерской торговли все, кто сознательно предоставляют и используют внутреннюю информацию в своих целях, являются морально ответственными. Проблема заключается во фрагментации ответственности в крупных организациях. Неэтичное действие может быть создано многими слабо связанными акторами. Некоторые могут просто следовать организационным правилам, и могут не осознавать результатов своего вклада в этот процесс; их незнание может освободить их от ответственности.

Ханна Арендт описала проблему ответственности исполнителя в своей работе 1963 года «Эйхман в

Иерусалиме: отчет о банальности зла». Адольф Эйхман был типичным бюрократом среднего уровня, отвечающим за поезда, перевозящие евреев в лагерь смерти. Его ответ на обвинение в морально предосудительном характере его поведения заключался в том, что он «просто следовал приказам». Эйхман, казалось, не имел злых намерений против евреев, но был неспособен думать с точки зрения другого человека. Его неспособность «думать [этически]» была столь же опасна, как если бы он действовал со злым умыслом.

В 1994 году группа бизнес - лидеров представила «Принципы международного бизнеса *Saich Round Table*», которые сочетают западную концепцию достоинства всех людей с японской концепцией *kyosei* – о том что основной ценностью общества должна быть работа вместе для общего блага. В Принципах Кокс перечислены факторы, которые должны приниматься во внимание при принятии бизнес-решений.

*Принцип 1* обязывает бизнес выходить за рамки интересов акционеров. Компании должны учитывать не только благосостояние своих акционеров, но и их клиентов, сотрудников, поставщиков, конкурентов и местных сообществ.

*Принцип 2* касается конкретно компаний, занимающихся бизнесом в другой стране. Он требует, чтобы социальные и экономические результаты (последствия работы) бизнеса должны быть направлены на продвижение инноваций, справедливости и мирового сотрудничества. Компании в иностранных странах должны создавать продуктивную занятость и повышать уровень жизни граждан.

*Принцип 3*, «Поведение бизнеса: от буквы закона к духу доверия», гласит, что недостаточно чтобы компания обеспечивала соблюдение прав только в соответствии с законом. Например, в отношении прав интеллектуальной собственности, раскрытие какой-либо информации

*свидетельствует о стремлении обеспечить долгосрочное развитие бедной страны.*

*Принцип 6 провозглашает уважение к окружающей среде моральным минимумом для всех международных компаний. Экологическая защита включает в себя улучшение окружающей среды, содействие устойчивому развитию и предотвращение расточительного использования природных ресурсов.*

*Принцип 7, «Недопущение незаконных операций», нацелен на устранение взяточничества и коррупции и их вредного влияния на развитие той или иной страны. Предположение о том, что корпорации имеют социальные и экологические обязанности, далее признается в Глобальной программе воздействия Организации Объединенных Наций. Инициатива «Глобальное воздействие» - это добровольная программа, которая предлагает компаниям взять на себя обязательство защищать окружающую среду, не применять детский труд и поддерживать свободные профсоюзы.*

2. Быстрое экономическое развитие и индустриализация имеют определенную цену: они наносят вред местной и мировой экологии. Необходимо сбалансировать цели индустриализации с охраной окружающей среды. Для наименее развитых стран, очень важна помощь со стороны развитого мира. Те страны, которые успешно развились из бедной в развитую страну, считаются растущей экономикой и сами должны обеспечить здоровую окружающую среду для своих граждан. Корея, которая сейчас является 12-й крупнейшей торговой страной в мире, одна из таких стран. Она добилась огромного экономического роста с ежегодным темпом около 8% путем быстрой индустриализации, которая нанесла урон окружающей среде. В одном из крупнейших промышленных центров Кореи есть памятник индустриализации страны, на котором выбита надпись: «Темный дым из заводских труб является символом роста и процветания нации».

Из-за пренебрежения экологией охрана окружающей среды стала важной политической проблемой начиная с 1980-е годов. К 1997 году было создано более 300 неправительственных организаций (НПО) в этой сфере, включая Корейскую ассоциацию охраны окружающей среды и Федерацию действия Кореи по охране окружающей среды. В конце концов, правительство начало реагировать на возросшую чувствительность народа к экологическим проблемам. В стране ранее никогда не было отдельного агентства, предназначенного для контроля исполнения законов об охране окружающей среды. В 1979 году правительство учредило Администрацию по охране окружающей среды (ЕА) для мониторинга соблюдения природоохранных норм и обязанностей. Затем последовала поправка к Конституции Кореи, закрепляющая право всех граждан на чистую и здоровую окружающую среду.

Начиная с 1990-х годов, Корея начала моделировать свое природоохранное законодательство, опираясь на опыт США. Это началось с принятием Основного закона об экологической политике (БЕПА) в 1990 году. В то же время статус ЕА был повышен до министерства окружающей среды.

Корейский опыт показывает важность осведомленности общественности об экологических проблемах и роли НПО в оказании давления на правительство. Важно понимать, что экономическое развитие и внедрение сильных демократических норм привело к росту сознательности общества. Однако в экологических законах Кореи все еще сохраняются недостатки. Экономическое развитие успешно повышает уровень жизни Кореи и развитие в ней демократических институтов, но ценой давления на экологию. Текущий вопрос заключается в том, будет ли выделяться достаточно средств,

полученных в результате экономического роста, на модернизацию природоохранного законодательства и улучшение экологического состоян

Понятие «устойчивости» используется в разных контекстах. Например, кратковременный подход в управлении позволяет улучшить прибыль только в краткосрочной перспективе, но не обеспечивает устойчивость прибыли в долгосрочной перспективе. Устойчивость также тесно связана с сохранением окружающей среды и защитой прав человека. Кроме того, экологические вопросы в настоящее время перешли в разряд прав человека. В этом разделе рассматривается понятие устойчивости в контексте окружающей среды и прав человека.

Организация Объединенных Наций установила комплекс целей устойчивого развития (SDG), призванных быть универсальными в смысле воплощения общепринятого глобального видения прогресса в направлении построения безопасного, справедливого и устойчивого пространство для всех людей, чтобы обеспечить процветание на планете. Эти цели отражают моральный принцип, согласно которому каждую страну следует рассматривать как несущую общую ответственность в глобальной перспективе. Эти цели аккумулируют в себе важнейшие вызовы для развитых и развивающихся страны. Однако цели и задачи и сложность их реализации зависят от состояние развития каждой конкретной страны. Значительная часть международной дискуссии по SDG естественно и справедливо сконцентрированы на неотложных потребностях развивающихся стран в области развития и поддержке от международного сообщества. Некоторые из отдельных целей и задач были специально ориентированы на потребности и стремления развивающихся стран, а другие отражают ответственность развитого мира за

содействие процессу развития в развивающемся мире.

Каковы цели в области устойчивого развития и как они влияют на развивающиеся страны, особенно наименее развитые страны? Хорошим примером является Рио-де-Жанейрская декларация 1992 года по окружающей среде и развитию. В следующем разделе будут рассмотрены принципы Рио + (Постановление Организации Объединенных Наций от 2012 года.

#### Принципы Рио

##### Ликвидация нищеты

Несмотря на успехи в сокращении масштабов нищеты в некоторых регионах, этот прогресс был неравномерным, а число людей, живущих в нищете, в некоторых странах продолжает увеличиваться, причем женщины и дети составляют большинство наиболее пострадавших групп, особенно в наименее развитых странах, в первую очередь в Африке.

##### Устойчивое сельское хозяйство

Обязательно право каждого человека на доступ к безопасной, достаточной и питательной пище, в соответствии с правом на достаточное питание и основным правом каждого человека быть свободным от голода.

##### Вода и санитария

Вода является основой устойчивого развития, поскольку она тесно связана с рядом ключевых глобальных проблем. Поэтому мы вновь подтверждаем важность воды в устойчивом развитии.

##### Энергия

Энергия играет решающую роль в процессе развития, поскольку доступ к устойчивым современным энергетическим услугам способствует искоренению нищеты, спасает жизни, улучшает здоровье и помогает обеспечить основные человеческие потребности. Мы также признаем, что повышение энергоэффективности, увеличение доли возобновляемых источников энергии и экологически чистых и энергоэффективных технологий имеют важное значение для устойчивого развития, в том числе в решении проблемы изменения климата.

##### Устойчивый туризм

Мы поощряем продвижение инвестиций в устойчивый туризм, в том числе экотуризм и культурный туризм.

#### Устойчивый транспорт

Мы поддерживаем развитие устойчивых транспортных систем, включая энергоэффективные мультимодальные транспортные системы, в частности, общественные системы массового транспорта, чистое топливо и транспортные средства, а также улучшение транспортных систем в сельских районах.

#### Устойчивые города

Мы признаем необходимость целостного подхода к городскому развитию и населенным пунктам, который обеспечивает доступное жилье и инфраструктуру, а также уделяет первоочередное внимание улучшению благоустройства трущоб и регенерации городов.

#### Здоровье и народонаселение

Мы убеждены в том, что действия по социальным и экологическим основам здоровья для бедных и уязвимых слоев и для всего населения имеют важное значение для создания инклюзивных, справедливых, экономически эффективных и здоровых обществ.

#### Содействие продуктивной и достойной занятости

Мы подчеркиваем необходимость расширения возможностей для трудоустройства и получения дохода для всех, особенно для женщин и мужчин, живущих в условиях нищеты, и в этой связи мы поддерживаем усилия по предоставлению новых рабочих мест для бедных слоев населения как в сельских, так и в городских районах, включая поддержку малых и средних предприятий. Мы признаем, что работники должны иметь доступ к образованию, обучению, здравоохранению, социальному обеспечению, соблюдению их прав, социальных и правовых гарантий, в том числе безопасности и гигиены труда, и возможностей для достойного труда.

#### Океан и моря

Конвенция Организации Объединенных Наций по морскому праву обеспечивает правовую основу для сохранения и устойчивого использования океанов и их ресурсов. Мы подчеркиваем важность сохранения и устойчивого использования Мирового океана. Поэтому мы обязуемся защищать и восстанавливать здоровье, производительность и устойчивость

океанов и морских экосистем и использовать предупредительный подход при управлении деятельностью, оказывающей воздействие на морскую среду.

#### Изменение климата

Мы вновь подтверждаем, что изменение климата является одной из самых больших проблем нашего времени, и выражаем глубокую тревогу о том, что выбросы парниковых газов продолжают расти во всем мире. Мы настоятельно призываем Стороны Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата и стороны Киотского протокола полностью исполнить свои обязательства. Леса Мы призываем активизировать усилия по обеспечению устойчивого управления лесами, лесовосстановлению, восстановлению и облесению, и поддерживаем все усилия, которые эффективно замедляют, останавливают и реверсируют обезлесение.

#### Биоразнообразие

Мы признаем серьезность глобальной утраты биоразнообразия и деградации экосистем и подчеркиваем, что это подрывает глобальное развитие, затрагивая продовольственную безопасность, обеспечение водой и здоровьем сельской бедноты и доступ к ней, а также людей во всем мире, включая нынешнее и будущие поколения. Мы признаем, что традиционные знания, нововведения и практика коренных народов и местных общин вносят важный вклад в сохранение и устойчивое использование биоразнообразия, а их более широкое применение может поддерживать социальное благосостояние и устойчивые источники средств к существованию.

#### Химические вещества и отходы

Мы признаем, что рациональное регулирование использования химических веществ имеет решающее значение для защиты здоровья человека и окружающей среды. Мы глубоко обеспокоены тем, что многие страны, в частности наименее развитые страны, не обладают потенциалом для регулирования использования химических веществ и отходов на протяжении всего их жизненного цикла. Мы настоятельно призываем страны и другие заинтересованные стороны принять все возможные меры для предотвращения неправильного обращения с опасными

отходами и их незаконного захоронения, особенно в странах, где возможности для борьбы с этими отходами ограничены.

#### Гендерное равенство

Мы подтверждаем жизненно важную роль женщин и необходимость их полного и равного участия и руководства во всех областях устойчивого развития. Мы привержены принципам равных прав и возможностей для женщин в принятии политических и экономических решений, распределении ресурсов и устранении любых барьеров, препятствующих тому, чтобы женщины становились полноправными участниками экономики.

3. Международные компании сталкиваются с разными стандартами в странах, где делают бизнес, и они должны решить, следует ли применять стандарты (здоровье, безопасность, охрана окружающей среды) страны-хозяина или страны базирования в своей зарубежной деятельности. Компания может выбирать один из трех подходов.

Во-первых, компания может решить, что она этически и юридически обязана применять только стандарты принимающей страны в своей деятельности в этой стране. Исключения составляют только законы страны происхождения, которые применяются экстерриториально, например, Закон США об иностранной коррупции (FCPA), ценных бумагах и антимонопольное законодательство. Этот подход тесно связан со школой «морального минимума» в деловой этике, где моральным императивом компании является только соблюдение законодательства.

Во-вторых, компания может решить, что этическая компания должна применять более высокие стандарты ее родной страны, особенно критичных в тех областях, где ущерб от ее деятельности предсказуем. Этот подход требует, чтобы более строгие нормы охраны окружающей среды, здоровья и безопасности, установленные в

законодательстве, например, США, использовались и в иностранных операциях.

Третий подход - это вариант второго. Этот подход утверждает, что, хотя более высокие стандарты предпочтительнее, они не могут быть этически необходимы во всех случаях. Такой подход позволяет компании учитывать стадию развития принимающей страны. Используя этот подход, этическая компания должна ответить на следующий вопрос: будет ли применение более жестких требований своей страны вредным для принимающей (развивающейся) страны или ее развития?

Альтернативная формулировка этого вопроса заключается в том, перевешивают ли позитивные последствия присутствия компании в данной стране в стране низкие или неэтичные национальные стандарты? Например, могут ли экономические выгоды от операций в бедной стране оправдывать саму работу компании в стране, которая открыто дискриминирует отдельные группы населения?

Есть несколько способов ответить на поставленные выше вопросы. Один использует этический релятивизм. Он считает, что этика связана с культурой, и поэтому необходимо соблюдать этические нормы страны пребывания. Тем не менее, для западной компании (американской) проблематично делать что-то, считающееся этически отвратительным в своей стране. Второй способ был обозначен как «американская правота», и он требует использования правил и стандартов своей страны (США) во внешнеэкономических операциях. Опасность такого подхода заключается в том, что он может уменьшить важность уважения местной культуры и образа жизни. Третий и более радикальный подход заключается в том, что международные компании не должны следовать

никаким этическим правилам. Поскольку их конкуренты могут этого не делать, соблюдение высоких этических норм поставит их в невыгодное положение. Эта перспектива была выдвинута теми, кто критикует FCPA (Закон о коррупции за рубежом).

## **Лекция №10. Основы борьбы с коррупцией в международном бизнесе.**

**1 - вопрос. Коррупция и бизнес.**

**2 - вопрос. Законы о коррупции за рубежом.**

**3 - вопрос. Учетные положения FCPA/**

1. Почти пятая часть из более чем 1000 руководителей, опрошенных Ernst&Young, заявили, что потеряли бизнес из-за того, что конкурент дал взятки; более трети считали, что коррупция ухудшается.

В индексе коррупции Transparency International в 2014 году показано, что ряд основных торговых партнеров США - это страны, которые имеют плохие показатели по Индексу коррупции. Из возможных 100 баллов за полное отсутствие коррупции (первое число ранга и число в скобках страны по оценке из 100), Южная Корея на 43 - е (55), 11 Малайзии на 50 - е (52), Бразилия - 69 (43), Италия - 69 (43), Индия - 85 (38), Филиппины - 85 (38), Китай - 100 (36), Мексика - 103 (35), Аргентина - 107 (34), Индонезия - 107 (34), а Россия - 136 (27).

Самый высокий балл поступил в Данию на уровне 92; самый низкий показатель для Северной Кореи и Сомали.

20 наименее коррумпированных стран в основном из развитого мира: Дания, Новая Зеландия, Финляндия, Швеция, Норвегия, Швейцария, Нидерланды, Люксембург, Канада, Австралия, Германия, Исландия, Соединенные Штаты Королевства, Бельгии, Японии, Ирландии и Соединенных Штатов. Тем не менее, Сингапур занимает 7-е место (84), в то время как Соединенные Штаты занимают 17-е место со счетом 74.

### Индекс восприятия коррупции 2014 года

Место	Страна / Территория	Индекс
1	Дания	92
2	Новая Зеландия	91
3	Финляндия	89
4	Швеция	87
5	Норвегия	86
5	Швейцария	86
7	Сингапур	84
8	Нидерланды	83
9	Люксембург	82
10	Канада	81
11	Австралия	80
12	Германия	79
12	Исландия	79
14	Великобритания	78
15	Бельгия	76
15	Япония	76

17	Барбадос	74
17	Гонконг	74
17	Ирландия	74
17	Соединённые Штаты Америки	74
43	Южная Корея	55
50	Малайзия	52
69	Бразилия	43
69	Италия	43
85	Индия	38
85	Филиппины	38
100	Китай	36
103	Мексика	35
107	Аргентина	34
107	Индонезия	34
126	Казахстан	29
136	Россия	27
174	Северная Корея	8
174	Сомали	8

Начиная с вступления в силу FCPA в США в 1978 году и создания неправительственных организаций, таких как Transparency International в 1993 году, а также принятия конвенции по борьбе с подкупом Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в 1997 году, с последующим принятием новых национальных законов против взяточничества (Великобритания, Закон о борьбе со взяточничеством 2010 года), коррупцией стала проверкой положения в мире для каждой страны.

Страны чувствуют все большее и большее давление в направлении чтобы устранить коррупцию из международных деловых операций. Чем сильнее экономика, тем больше они признают, что коррупция разрушает в их странах основы благополучия. Некоторыми причинами вреда от коррупции являются неэффективные государственные контракты и приватизация, задержки в получении необходимых государственных лицензий и разрешений, неравенство богатства, нанесение ущерба политической легитимности правительства и замедление экономического роста. Например, один из главных приоритетов президента Си Цзиньпина из Китая, который

пришел к власти в 2013 году, это проведение системной антикоррупционной кампании в своей стране. Президент Си Цзиньпин пообещал преследовать «тигров» (высокопоставленных государственных чиновников) и «мух» (чиновников нижнего уровня). Были также приняты новые правила расходования денег коммунистической партии, направленные на сокращение расточительных расходов на такие предметы как роскошные поездки, автомобили, алкоголь и подарки.

2. FCPA США запрещает американским физическим лицам, компаниям и прямым иностранным дочерним компаниям американских компаний предлагать, обещать или оплачивать что-либо ценное любому должностному лицу иностранного правительства для получения или сохранения бизнеса. FCPA имеет большое влияние на то, как американские компании ведут бизнес за рубежом. После принятия FCPA несколько фирм, осужденных за подкуп иностранных чиновников, подвергались уголовным и гражданским правоприменительным действиям, что привело к крупным штрафам, исключению из федеральных правительственных контрактов и тюремному заключению для сотрудников и должностных лиц.

### ***Таблица 2.2. 5 элементов FCPA***

#### **Кто?**

FCPA потенциально распространяется на любого человека, компанию, сотрудника, директора, сотрудника или агента компании и любого акционера действующего от имени контролируемой США компании. Головные компании из США несут ответственность за действия иностранных дочерних компаний, где они разрешали, направляли или контролировали деятельность, так же как граждане или жители США, которые были наняты или действовали от имени таких дочерних компаний с иностранными инвестициями.

#### **Коррупционное намерение**

Лицо, совершающее или разрешающее оплату, должно иметь коррупционное намерение и должны намереваться побудить получателя к преступному использованию его официального положения.

### **Коррупционное действие**

FCPA запрещает оплату, предложение, обещание заплатить или разрешение оплатить или предлагать деньги или что-то ценное.

### **Получатель**

Запрет распространяется на коррупционные платежи иностранному должностному лицу, иностранной политической партии или должностному лицу партии или любому иностранному кандидату на политические должности.

### **Бизнес Цель**

FCPA запрещает только платежи, которые могут помочь компании в получении или сохранении бизнеса или передаче бизнеса любому лицу.

FCPA также требует от компаний, чьи ценные бумаги торгуются в США соблюдения строгих положений бухгалтерского учета. Эти положения требуют от корпораций составлять и хранить книги и записи, которые точно отражают транзакции корпорации и требуют иметь адекватную систему внутреннего контроля бухгалтерского учета.

Международному предпринимателю следует всегда остерегаться действий, связанных с коррупцией иностранных чиновников. Большинство национальных законов запрещают выплату взятки для получения услуги, контракта, лицензии, одобрения или другого нормативного рассмотрения от государственного должностного лица. К сожалению, антикоррупционные законы в некоторых странах не применяются, и взятки запрашиваются открыто. Transparency International, неправительственная организация группы бизнес-лидеров и бывших государственных чиновников, занимается продвижением международной деловой этики и искоренением коррупции.

Главная проблема заключается в том, что ущерб, причиняемый взятками, обуславливает торможение экономического и демократического развития развивающихся стран. Transparency International использовала статистические данные, чтобы увязать коррупцию с потерянными

возможностями развития, такими как прямые иностранные инвестиции.

Однако важно понимать, что определение и практика взяточничества в разных культурах значительно различаются. Например, в индонезийской концепции взятка видоизменяется и делится на виды и теряет характер взятки в, например, латиноамериканском смысле. Индонезийская взятка лучше всего понимается как "оплата за скорость", чтобы ускорить прохождение процедур. Важно отметить, что сумма, как правило, разумна и в некоторой степени стандартизирована и деньги не остаются у чиновника, который получил их, а делятся с другими сотрудниками организации.

Утверждалось, что в Латинской Америке низкие этические стандарты в политике оказали сильное влияние на отдельных лиц, компании и экономические системы. Обман, взяточничество, мошенничество, и нечестные переговоры были средством для достижения успеха в частных и общественных организациях в Латино-Американских странах. Существует предположение, что для того, чтобы выиграть конкуренцию, иностранному бизнесмену необходимо будет давать взятки. Принуждение к даче взятки особенно затруднительно для бизнесменов из США из-за серьезных гражданских и уголовных наказаний, предусмотренных FCPA. Закон распространяется экстерриториально на иностранную деятельность компаний США, граждан и иностранных лиц, контролируемых ими. Кроме того, американские компании несут ответственность за взятки, совершенные их иностранными агентами. Фактическое наличие взяточничества не требуется. Прокурорам нужно только доказать, что фирма должна была знать о высокой вероятности того, что подкуп произойдет. Включенные в Закон статьи требуют строгого бухгалтерского учета, чтобы компании, занимающиеся бизнесом за границей, поддерживали системы учета и контроля, которые обеспечивают разумные гарантии того, что взятки не пройдут.

Компания будет нести ответственность за нарушение положений бухгалтерского учета, даже если незаконная передача взятки не произошла. Нарушения статута могут привести к крупным штрафам и тюремному заключению на срок до одного года для отдельного человека. Несмотря на серьезность санкций

за нарушение FCPA, крупные случаи дачи взяток иностранцам со стороны американских компаний продолжают сохраняться. Конгресс попытался уточнить некоторые из положений и значений, с тем, чтобы дать дополнительные рекомендации, и поправки 1988 года содержат более подробные определения некоторых из важнейших условий FCPA. Прежде всего, в нем приведены примеры расходов, которые будут считаться обычными государственными расходами.

Деньги, выплачиваемые должностному лицу за действие, которое «обычно» для его служебных обязанностей от ответственности освобождается. К ним относятся: получение разрешений, лицензий или других официальных документов, чтобы квалифицировать человека для ведения бизнеса в другой стране; обработка правительственных документов, таких как визы и рабочие заказы; обеспечение защиты полиции, сбор и доставка почты или планирование проверок, связанных с выполнением контракта или проверками, связанными с транзитом товаров по всей стране; обеспечение телефонной связи, электроснабжения и водоснабжения, погрузка и разгрузка грузов или защита скоропортящихся продуктов или товаров от износа; или действия аналогичного характера.

Остается вопрос, какие другие выплаты будут разрешены для «действий аналогичного характера»? Поправки обеспечивают возможное решение такой неопределенности, позволяя частной стороне получить заключение Генерального прокурора. Генеральный прокурор после консультаций с соответствующими департаментами и агентствами Соединенных Штатов и после получения мнений всех заинтересованных лиц посредством публичных уведомлений и комментариев устанавливает порядок предоставления ответов на запросы о соответствии действий в Департаменте юстиции в отношении FCPA. Генеральный прокурор должен вынести свое мнение в течение 30 дней после получения запроса. Важнейшим отличием для определения того, является ли платеж «рутинным», является различие между произвольным действием, не прописанным в полномочиях должностного лица, и официальным, закрепленным должностными полномочиями.

В Поправках 1988 года указывается, что незначительный платеж, выплачиваемый любому сотруднику иностранного

правительства или ведомства, за исполнение своих официальных обязанностей не будут считаться взяткой в рамках FCPA. То, что считается «незначительным», по-прежнему определяется на отдельной основе.

Два других важных изменения в определении были внесены в Поправках 1988 года. Во-первых, определение «иностранного должностного лица» было расширено, включая «любого должностного лица или сотрудника общественной международной организации». Во-вторых, понятие «знания о взятке» было существенно изменено. Знания о факте дачи взятки не требуется. Вместо этого правительству нужно доказать только то, что у стороны были основания знать, что некоторые из ее денег будут использованы для подкупа иностранного чиновника. Сторона может быть признана виновной в подкупе, если ему известно, что другое лицо «участвует в коррупционных действиях, что коррупционное обстоятельство существует, или что коррупционный результат в значительной степени определен. Когда для правонарушения требуется знание о существовании конкретного обстоятельства, такое знание устанавливается, если человек «осознает высокую вероятность такого обстоятельства». Вопрос в том, что является свидетельством «существенной уверенности» или «высокой вероятности». Решением суда в США в одном случае факт взяточничества был доказан косвенным образом. Суд решил, что предоставление авиабилетов в качестве «подарка» двоюродному брату иностранного должностного лица является достаточным для осуждения, если для получения контрактов было необходимо разрешение этого иностранного должностного лица.

Этот случай иллюстрирует ряд положений FCPA. Во-первых, косвенная взятка столь же незаконна, как «прямое» взяточничество. Во-вторых, небольшой размер выплаты или оплаты расходов может быть истолкован по разному. Положения FCPA, касающиеся «существенной определенности» или «высокой вероятности» из третьих сторон взяточничества проиллюстрированы в этом деле. В этом случае, были ли представители американской компании обеспокоены тем, что «получатели» были связаны с правительственным чиновником или, что денежные средства были зачислены на счета в иностранных банках? Стороннее взяточничество существует,

когда компания нанимает другого и имеет «разумное основание знать», что часть денег будет использоваться для взятки. Третья сторона может быть партнером по совместному предприятию или агентом. Как можно определить, есть ли «разумное основание знать» о взятке, сделанной третьей стороной?

Тип косвенных доказательств, которые могут быть использованы для удовлетворения условия «разумное основание знать» был показан в деле Tesoro Petroleum Corp. В этом случае компания преследовалась даже если она непосредственно не платила и не санкционировала взятки. Tesoro Petroleum Corp нанял иностранного агента для получения контрактов от иностранного правительства. Предполагалось, что он был виновен в подкупе третьих лиц. Свидетельства включали выплату комиссии, значительно превышающую рыночную ставку, непропорционально небольшую контрактную цену по сравнению с оплаченной комиссией и большую степень секретности, в том числе использование швейцарских банковских счетов. Контракт с иностранным агентом не заключался. В США ожидается, что компании будут проявлять должную осмотрительность. Эти стороны должны быть подробно исследовать, чтобы определить, квалифицированы ли агенты, имеют ли они связи с правительством, число и репутацию своих клиентов, а также их репутацию в посольстве США, местных банкирах и других деловых партнерах. Есть понятие «красных флагов». Эти красные флаги особенно важны там, где прямого взяточничества нет. Красный флаг включает выплату комиссии, значительно превышающую ставку, наличие семейных или деловых связей между агентом и государственными должностными лицами и комиссионные платежи, произведенные в третьей стране. Существуют ли какие-либо другие красные флаги, которые могут указывать на потенциальные возможности взяточничества третьих лиц? Компания должна требовать от любого потенциального агента раскрыть прошлые или нынешние связи с правительственными чиновниками, путем контрольных проверок и тщательно формулировать письменное соглашение с агентом. В письменном соглашении должно быть прямо указано, что агент работает как независимый агент и не имеет права совершать какие-либо незаконные платежи от имени принципала. Соглашение должно содержать положения, ориентированные на

ФСРА, включая статью, которая требует от агента соблюдения всех законов и положений, как страны пребывания, так и принимающей страны.

Ответственность материнской компании США за действия иностранной дочерней компании зависит от степени владения и контроля со стороны материнской компании над ее дочерней компанией. Тест на степень владения в том, является ли американская компания мажоритарием или миноритарием. Если она является мажоритарным владельцем, то несет ответственность за нарушения своей дочерней компании. Если ей принадлежит менее 50 процентов, тогда ему нужно только добросовестно пытаться подчинить свою дочернюю компанию требованиям ФСРА. Наконец, ФСРА не проводит различия между нарушениями, связанными с прямым взяточничеством, взяточничеством третьих сторон и взяточничеством, совершенным контролируемой дочерней компанией. Фактически, поправки 1988 года ужесточили штрафы за нарушения каких-либо положений о взяточничестве. В настоящее время ФСРА предусматривает индивидуальные уголовные штрафы в размере 100 000 долларов США и тюремное заключение сроком до пяти лет. Компания может быть оштрафована на 2 миллиона долларов за нарушение. Поправки также внедрили новый индивидуальный гражданский штраф в размере 10 000 долл. США, который не может быть возмещен компанией.

3. Раздел 102 ФСРА требует, чтобы кто-либо, на кого распространяется действие Закона, «делал и вел учет в «разумных деталях», чтобы точно и справедливо отражать операции и распоряжения активами. Несоблюдение этого требования подвергает человека или компанию тем же видам штрафов, которые были наложены в соответствии с положениями о взяточничестве. Таким образом, компания может нарушать ФСРА, не совершая никаких актов взяточничества. Проблема с требованиями бухгалтерского учета заключается в том, что в первоначальном Законе не было определено, что подразумевается под «разумными деталями». Поправки 1988 года определили «разумность», как действия «разумного человека». Поэтому компания не должна показывать нереалистичную степень точности. Смыслом понятия разумного человека является использование подхода выгода – расходы. Таким образом,

требование к бухгалтерскому учету выполняется, если система внутреннего учета контроля является достаточной, чтобы обеспечить достаточную уверенность в том, что:

1) операции выполняются в соответствии с конкретными распоряжениями руководства,

2) операциями финансовой отчетности записываются в соответствии с общепринятыми принципами бухгалтерского учета,

3) доступ к активам разрешен только с конкретного разрешения руководства,

4) отчетность по активам рассматривается через разумные промежутки времени.

В соответствии с первоначальным актом компания может технически быть привлечена к уголовной ответственности за непреднамеренные ошибки. Поправки 1988 года предусматривают уголовную ответственность в соответствии с положениями бухгалтерского учета только тем, кто «сознательно» фальсифицирует записи.

### **Лекция №11. Законодательная борьба с международной коррупцией в развитых странах.**

**1 - вопрос. Конвенция ОЭСР о борьбе с взяточничеством.**

**2 - вопрос. Закон Великобритании о борьбе с коррупцией.**

**3 - вопрос. Анти коррупционная статья МТП.**

**4 - вопрос. Федеральные принципы при вынесении приговоров.**

1. Масштабы иностранного взяточничества привели к недавним протестным движениям на международном и региональном уровнях. В 1988 году Конгресс США призвал Президента начать переговоры в ОЭСР о достижении согласия между его членами в отношении положений о борьбе со взяточничеством. 15 февраля 1999 года вступила в силу Конвенция ОЭСР о борьбе с подкупом иностранных публичных должностных лиц в международных коммерческих сделках. В Конвенции ОЭСР излагаются следующие цели: добиться наивысшего устойчивого экономического роста и занятости и повышения уровня жизни в странах-членах при сохранении

финансовой стабильности и вносить вклад в развитие мировой экономики; вносить вклад в надежную экономическую экспансию в странах-членах, а также в страны, не входящие в процесс экономического развития, содействовать расширению мировой торговли на многосторонней и не дискриминационной основе в соответствии с международными обязательствами. ОЭСР предоставляет возможность странам разрабатывать экономическую и социальную политику. Несмотря на то, что во всех странах действуют законы, делающие подкуп чиновников преступлением, только ФСРА применяется экстерриториально к подкупу иностранных чиновников.

Относительный успех ФСРА, рост мирового рынка и признание экономических издержек для взятодателей и для иностранных экономик дали толчок для Конвенции ОЭСР. До принятия Конвенции ОЭСР о взяточничестве был принят ряд предшествующих документов. Например, в 1996 году ОЭСР приняла резолюцию на запрет Налогового вычета взятки иностранным государственным должностным лицам. Невероятно, что ряд стран, таких как Франция, Германия, Норвегия и Дания, ранее допускали возможность вычета взяток, оплаченных как стоимость ведения бизнеса. Для изучения вопросов коррупции ОЭСР создала Центр борьбы с развитием коррупции. Основное внимание Центра уделяется оказанию помощи развивающимся странам в борьбе с коррупцией. Конвенция обеспечивает основу и руководство для подписавших сторон в отношении мер, которые необходимо предпринять для борьбы со взяточничеством их государственных должностных лиц. Он широко определяет государственных должностных лиц, включающих государственные учреждения, государственные предприятия и общественных международных организаций.

Подобно ФСРА, он принимает экстерриториальный подход к международному подкупу иностранных чиновников. Он уполномочивает страны преследовать своих граждан за преступления, совершенные за рубежом. В области учета это требует, чтобы каждая подписавшая сторона приняла « отвлекающие гражданские, административные или уголовные наказания за такие упущения и фальсификации в отношении книг, записей, счетов и финансовых отчетов. » Компании должны будут раскрывать в своей финансовой отчетности любые

потенциальные обязательства в соответствии с законом, которые поднимаются до уровня материального условного обязательства. Соединенные Штаты являются членом ОЭСР и связаны своей новой Конвенцией о взяточничестве.

Поправки к FCRA 1998 года признают вновь принятую Конвенцию ОЭСР о борьбе с взяточничеством. Поправки требуют, чтобы министр торговли представил Конгрессу доклад с следующей информацией:

1). Список стран, которые ратифицировали Конвенцию и список стран, в которых Конвенция вступила в силу;

2). описание национальных законов, принятых каждой из сторон Конвенции, которые осуществляют обязательства по Конвенции;

3). оценка мер, принятых каждой стороной Конвенции в течение предыдущего года для выполнения своих обязательств по Конвенции;

4). разъяснение национальных законов, принятых каждой из сторон Конвенции, которые запрещают вычет взяток при расчете внутренних налогов. Согласно пункту 3), иностранные государства должны оцениваться по степени, в которой они применяют свои внутренние законы по борьбе с взяточничеством, их усилия по популяризации общественного мнения о зле коррупции и их эффективности в области мониторинга и обеспечения соблюдения.

2. Закон Великобритании Взятничество охватывает четыре различных « категории преступлений:

1) подкуп другого человека;

2) взяточничество;

3) подкуп иностранных публичных должностных лиц;

4) отказ коммерческой организации предотвратить взяточничество. »Так же, как FCRA, Закон Великобритании о взяточничестве 2010 « относится экстерриториально, достигая любого человека, тесно связан « с Соединенным Королевством, и в отношении корпоративного преступления по неспособности предотвратить взяточничество, любой коммерческой организации, которая несет бизнес или часть бизнеса в Соединенном Королевстве. « Министерство Великобритании предоставило шесть руководящих принципов:

1) Пропорциональные процедуры : « коммерческая организация "проводит процедуры для предотвращения взяточничества лиц , связанных с ним ,ибо опасность взяточничества пропорциональна с которой она сталкивается в зависимости от характера, масштабов и сложности ее видов деятельности. »

2) Обязательство верхнего уровня : « Управление верхнего уровня коммерческой организации должно стремиться к предотвращению взяточничества со стороны лиц , связанных с нею. Оно способствует формированию культуры внутри организации, в которой взяточничество никогда не приемлемо. »

3) Оценка риска : « Коммерческая организация оценивает характер и степень подверженности потенциальным внешним и внутренним рискам взяточничества от его имени лицами, связанными с ним. Оценка является периодической , информированной и документированной. »

4) Due Diligence : « Коммерческая организация применяет процедуры должной осмотрительности, применяя пропорциональный подход и подход, основанный на оценке риска, в отношении лиц, которые выполняют или будут выполнять услуги от имени или от имени организации , чтобы смягчить выявленные риски взяточничества. »

5) Коммуникация и обучение : « Коммерческая организация стремится обеспечить, чтобы ее политика и процедуры предотвращения взяточничества внедрялись и понимались во всей организации посредством внутренней и внешней коммуникации, включая обучение, которое соразмерно с рисками, с которыми оно сталкивается. »

6) Мониторинг и обзор : « Коммерческая организация контролирует и рассматривает процедуры, направленные на предотвращение взяточничества лиц, связанных с ней, и при необходимости улучшает их. »

Бюро по серьезному мошенничеству Великобритании назначает задачи расследования и обеспечения соблюдения, а также предоставляет дополнительные руководящие принципы и заявления о политике. Его политика заключается в том, что платежи за облегчение - это взятки и должны рассматриваться как таковые. Это дает в качестве примера, когда правительственный чиновник получает деньги или товары, чтобы

ускорить выполнение существующей пошлины. Вероятно, это не незаконная взятка в соответствии с рутинным « исключением государственных расходов » FCRA. Тем не менее, в Законе Великобритании признается « бизнес-расходование » как прививочные платежи, такие как добросовестное гостеприимство или рекламные или другие законные бизнес-расходы. Это исключение « добросовестных расходов » . Как видно из Федерального руководства США, по установлению фактов для организаций корпоративная само отчетность может принести пользу компании, обвиненной в нарушении Закона о взяточничестве, и может препятствовать преследованию их за нарушений: « Тот факт, что корпоративный орган сообщил о себе, предполагает соответствующее рассмотрение в объеме, указанном в Руководстве Великобритании по корпоративным обвинениям . « В этом руководстве объясняется, что для учета самоотчета он должен быть частью « подлинно активного подхода, принятого корпоративной управленческой командой, когда оскорбительное поведение доводится до их сведения. « Самоотчетность не гарантирует, что обвинение не последует.

3. Статья 27 ИСС (Международная торговая палата) о борьбе с коррупцией включает в себя Правила ИСС по борьбе с коррупцией (2011) в коммерческий контракт. Включение в контракт демонстрирует" обязательство с принятия до соблюдения правил МТП по борьбе с коррупцией и поддержания соответствия корпоративной анти коррупционную программу. Оно также сохраняет доверие между сторонами и предотвращает коррупцию как в ходе переговоров, так и в выполнении контрактов. Коррупционная оговорка и программа борьбы с коррупцией важны с учетом глобальной цепочки поставок. Это особенно важно , когда компания " родная страна запрещает дарение взяток, как это делает американский FCRA, который запрещает третья сторону осуществлять взяточничество. Если сторона, предположительно нарушающая Правила МУСуд по борьбе с коррупцией , не исправляет ситуацию в течение разумного периода времени или если такое средство правовой защиты не возможно, и никакая защита адекватных анти коррупционных превентивных мер не будет эффективно использована, у другой стороны будет право расторгнуть договор.

Коррупцированная практика включает взяточничество в связи с государственными или частными контрактами на закупку, разрешениями, налоговыми, таможенными и судебными и законодательными процедурами; вымогательством; торговля влиянием ; и отмыwanie доходов от коррупционных действий. Что касается подарков и гостеприимства, МУСуд рекомендует предприятиям устанавливать процедуры для обеспечения того, чтобы они:

- 1) соблюдали закон;
- 2) были разумными и добросовестными;
- 3) не могли влиять (или по всей видимости, влиять) на получателя, на независимость суждений по отношению к дающему;
- 4) не противоречит известным положениям получателя, кода поведения;
- 5) предлагаются или принимаются не слишком часто или в ненадлежащее время.

Статья 2 правил МУСуд касается вопроса о взяточничестве со стороны третьих лиц. Компании часто нанимают третьих лиц , таких как агенты, консультанты, торговые представители, таможенные агенты, реселлеры, субподрядчики, франшизы, юристы, бухгалтеры или аналогичные посредники. Компания должна проинструктировать третьих лиц о том, что они обязуются (1) не совершать каких-либо актов коррупции от имени компании; (2) не использовать компанию в качестве проводника для любой коррупционной практики; (3) , что третья сторона «найм только в той степени подходит для регулярного проведения компании » по пути честного бизнеса; и (4), что компания не будет платить им больше, чем то, что подходит для их законных услуг.

Организации, как и отдельные лица, могут быть признаны виновными в преступном поведении, а мера их наказания за уголовные преступления и проступки регулируется главой восьмой Руководящих принципов вынесения приговора. Хотя организации не могут быть заключены в тюрьму, они могут быть оштрафованы, приговорены к испытательному сроку на срок до пяти лет, приказом производить реституцию и выпустить публичные уведомления об осуждении их жертв и подвергнуть действию на основании действующих уставов конфискации.

Наиболее распространенными преступлениями являются мошенничество, сброс экологических отходов, налоговые правонарушения, антитрестовские правонарушения и нарушения прав на продукты питания и наркотики . 21 Соединенных Штаты Америка " Федеральное Руководство приговоров для организаций , которые вступили в силу 1 ноября 1991 года коренным образом изменил подход к подотчетности организаций. Ранее принудительные действия, связанные с преступлениями, совершенными в корпоративном контексте, были направлены только на сотрудников, ответственных за действие. В соответствии с руководящими принципами корпоративное или организационное подразделение может быть привлечено к ответственности за преступные действия своих сотрудников. Эти руководящие принципы также позволяют смягчать штрафы для тех компаний, которые проявляют должную осмотрительность в попытках предотвратить неправомерные действия. Они обеспечивают более мягкое отношение к корпоративным руководителям, которые внедрили программу этики.

4. Уголовная ответственность может присоединяться к организации всякий раз, когда работник организации совершает акт в пределах видимого предела деятельности, даже если сотрудник действовал прямо против политики и инструкций компании. Вся организация, несмотря на все усилия по предотвращению нарушений в своих рядах, все еще может быть привлечен к уголовной ответственности за какой - либо из своих сотрудников " незаконных действий. Следовательно, когда Комиссия по приговору США обнародовала организационные руководящие принципы, она попыталась смягчить самые суровые аспекты этой институциональной уязвимости, включив в структуру вынесения приговора превентивные и сдерживающие аспекты систематических программ соблюдения. Комиссия сделала это, смягчив потенциальный штраф, в некоторых случаях до 95 процентов, если организация может продемонстрировать, что она внедрила эффективную программу соблюдения. Этот смягчающий кредит в соответствии с руководящими принципами зависит от оперативного информирования властей и не включение персонала высокого уровня фактическое оскорбительное поведение.

**Таблица 2.5. Пример: Штрафы в соответствии с Федеральными рекомендациями о наказаниях для организаций**

	Максимум	Минимум
Есть программы сотрудничества, внутренняя программа борьбы с коррупцией, сотрудничество с правительственным расследованием	2,74 млн. долл. США	685 000 долл. США
Только программа сотрудничества	10,96 млн. долл. США	5,48 млн. долл. США
Нет программы сотрудничества, отсутствует внутренняя программа борьбы с коррупцией, не сотрудничают с правительственным расследованием	27,4 млн. долл. США	13,7 млн. долл. США
Нет программы сотрудничества, отсутствует внутренняя программа борьбы с коррупцией, не сотрудничают с правительственным расследованием, в коррупцию вовлечены высокопоставленные сотрудники	54,8 млн. долл. США	27,4 млн. долл. США

В приведенном выше примере показано, как смягчающие иотягчающие факторы могут существенно повлиять на оцениваемый штраф . Еще один пример касался компании, осужденной за мошенничество с почтой, за систематическое переплачивание клиентов за расходы на ремонт, за ущерб, нанесенный его арендным автомобилям. Было установлено, что размер штрафов компании составляет от 685 000 долл. США до 54,8 млн. Долл. США. Точная сумма штрафа зависит от наличия смягчающих факторов, признанных в соответствии с Федеральными руководящими принципами вынесения приговоров для организаций.

## **Лекция № 12. Стандарты в международном бизнесе.**

**1 - вопрос. Международные стандарты.**

**2 - вопрос. Этика рекламы.**

**3 - вопрос. Профессиональные стандарты международной рекламы.**

Стандарты относятся к правительственным постановлениям, касающимся проблем труда, здоровья, безопасности и окружающей среды. Существует также множество «добровольных стандартов», продвигаемых либо торговыми ассоциациями, либо НПО. Международная организация труда является примером неправительственного агентства, которое публикует стандарты для рабочих мест. Важные стандарты существуют в сфере обеспечения адекватного уровня качества рабочей силы, сохранения окружающей среде в производстве и маркетинге товаров и услуг. Широкое разнообразие национальных стандартов в этих областях создает ряд проблем.

Во-первых, это способствует наименьшему общему знаменателю в производстве товаров. Компании, которые мотивированы только краткосрочной прибылью, попытаются сократить издержки путем поиска стран с самым слабым природоохранным и трудовым законодательством.

Во-вторых, компаниям, которые стремятся продавать свою продукцию на международном уровне, приходится сталкиваться с различными стандартами, которые могут выступать в качестве барьеров для импорта. Одним из решений обеих проблем является разработка международных стандартов, которые способны как снизить барьеры для торговли, так и обеспечить минимальный уровень качества, труда и соблюдения природоохранных требований.

Проблема неравномерных стандартов в разных странах может быть решена путем гармонизации стандартов. С другой стороны, международные стандарты могут действовать как установление минимальных или желательных уровней соблюдения. Международные стандарты продолжают развиваться. Однако каждая страна имеет суверенное право устанавливать свои собственные стандарты охраны окружающей среды, здоровья, качества и безопасности. Поэтому, поскольку цель полной гармонизации нереалистична, страны будут по-прежнему иметь разные уровни стандартов. Важной тенденцией является добровольное принятие стандартов, которые будут признаны социально ответственными. Компании поощряются к получению стандартных сертификатов для соответствия кодам социальной ответственности, повышению продаваемости их товаров, и удовлетворению национальных требований стандартов или плавному импорту товаров в разные страны.

Примерами международных стандартов являются стандарты, выпущенные Международной организацией по стандартизации (ИСО) . ISO была создана в 1947 году и насчитывает 165 стран-членов. Компании, которые хотят быть сертифицированными по ISO, добровольно применяют свои стандарты, а некоторые страны приняли стандарты ИСО в качестве национального законодательства.

Таким образом, компании имеют ряд целей для получения сертификатов ISO, в том числе:

1) Всемирная торговая организация требует от членов соблюдать международные стандарты типа, разработанного ИСО,

2) стандарты помогают компаниям сэкономить

3) стандарты успокаивают клиентов в отношении надежности компании и ее продуктов,

4) стандарты , как было показано, способствуют экономическому росту. В таблице 2.9 перечислены различные типы стандартов ИСО, которые сегодня доступны.

### **Таблица 2.9. Стандарты ИСО**

ISO 9000: Управление качеством

ISO 14000: Управление окружающей средой

ISO 19600: Управление соответствием

ISO 22000: Управление продовольствием

ISO 26000: Социальная ответственность

ISO 27001: Информационная безопасность

ISO 50001: Управление энергией

ISO 31000: Управление рисками

Миссия ИСО заключается в содействии развитию стандартизации и смежных видов деятельности в мире в целях содействия международному обмену товарами и услугами и развитию сотрудничества в сферах интеллектуальной, научной,

технологической и экономической деятельности. Международная стандартизация хорошо зарекомендовала себя для многих технологий в таких разнообразных областях, как обработка информации и коммуникации, текстиль, упаковка, распределение товаров, производство и использование энергии, судостроение, банковское дело и финансовые услуги. В обозримом будущем она будет по-прежнему иметь значение для всех секторов промышленной деятельности.

ISO разработала сотни кодов, кроме тех, которые перечислены на таблице 2.9. Например, ИСО разработала международные коды для названий стран, валют и языков, которые помогли устранить дублирование и несовместимость при сборе, обработке и распространении информации. В качестве ресурсосберегающих инструментов универсально понятные коды играют важную роль как в автоматизированной, так и в ручной документации. ИСО и многие ее члены активно участвуют в консультационных и учебных услугах, которые включают семинары по применению стандартов в системах обеспечения качества, техническую помощь экспортерам в отношении требований стандартов в других странах, семинары по вовлечению потребителей в стандартизацию, а также конференции и симпозиумы, посвященные последним событиям в области тестирования и сертификации.

Наиболее признанным международным стандартом является ISO 9000 (Управление качеством). Цель стандарта ISO 9000 - облегчить международную торговлю, предоставив единый набор стандартов качества, которые люди везде признают и уважают. Стандарты ISO 9000 применяются ко всем типам организаций во всех областях. ISO предоставляет рекомендации по разработке системы управления качеством. Чтобы

получить сертификат, независимый аудитор должен убедиться в том, что компания, завод, лаборатория, или офис соответствует стандартам качества ISO. Они будут выдавать официальное свидетельство и запишут имя компании в их реестре. Затем компания может продвигать качество своих продуктов и услуг по сертификату ISO 9000. ISO 14000 (Environmental Management) представляет собой серию международных стандартов добровольных природоохранных мероприятий. Стандарты серии ISO 14000 эффективно отвечают потребностям организаций во всем мире, обеспечивая общую структуру для управления экологическими проблемами. Стандарты ISO 14000 требуют от компании создания системы экологического менеджмента (EMS). EMS позволяет организации любого размера или типа контролировать влияние своей деятельности, продуктов или услуг на окружающую среду.

Преимущества установки EMS включают в себя:

- 1) обязательство продемонстрировать клиентам экологическое управление,
- 2) поддержание хороших отношений между общественностью и обществом,
- 3) получение страховки по разумной цене,
- 4) сокращение числа инцидентов,
- 5) содействие в получении разрешений и разрешений.

Стандарты ISO Серия 14000 подразделяется на две основные группы: ориентированные на организационные стандарты и ориентированные на продукт стандарты. Стандарты, ориентированные на организацию, обеспечивают всестороннее руководство по созданию, поддержанию и оценке EMS. Ориентированные на продукт стандарты касаются определения воздействия продуктов и услуг на окружающую среду на протяжении их

жизненного цикла и включают маркировку и защиту окружающей среды. Ориентированные на продукт стандарты помогут организации передать конкретную экологическую информацию потребителям и другим заинтересованным сторонам. ИСО добилась успеха в повышении уровня осведомленности в областях качества продукции и защиты окружающей среды. Эти сертификаты в соответствии с ISO 9000 и ISO 14000 обеспечивают как практические, так и этические преимущества для компаний. Их практическая перспектива в том, что продукты с этими сертификатами, вероятно, найдут меньше препятствий в области импорта.

Большинство стран признают значимость сертификатов ISO. С точки зрения бизнеса, сертификаты ISO могут использоваться компаниями в качестве доказательства их приверженности производству качественной продукции и тому, чтобы быть экологически сознательной компанией. Некоторые из стандартов ISO не предоставляют сертификацию, но служат руководством для улучшения в определенных областях, таких как Управление соответствием ( ISO 19600 ) и социальной ответственности ( ISO 26000 ). ISO 19600 не только учитывает риски и требования законодательства, но также направлено на удовлетворение потребностей заинтересованных сторон. Он касается как обязательных требований (судебные решения, законы, разрешения) и добровольных принципов (экологические обязательства , отраслевые стандарты). Поскольку они являются рекомендациями, а не требованиями, официальная сертификация ISO 19600 отсутствует. Он просто предназначен для оказания помощи организациям в совершенствовании их подходов к управлению соблюдением. Это позволяет малым и средним

организациям адаптировать решения к своим системам.

Стандарт может поддерживать качественное управление соответствием следующим образом:

1) установление и поддержание организационных ценностей,

2) обеспечение того, чтобы система управления соответствием относилась к организационной стратегии,

3) обеспечение надлежащего распределения ресурсов,

4) четкое информирование всех заинтересованных сторон.

ISO 26000 (социальная ответственность) состоит в том, чтобы использовать социальную ответственность, чтобы улучшить жизнь рабочих, природных сред и сообществ. Он закладывает основу для общего понимания социальной ответственности, а также для поощрения коммуникации, прозрачности и доверия между заинтересованными сторонами. Семь принципов ISO 26000 включают в себя отчетность; прозрачность; этическое поведение; уважение и рассмотрение всех заинтересованных сторон; уважение верховенства закона; уважение международных норм поведения; и уважение прав человека. Более 60 стран приняли эти стандарты. Деятельность ЕС заслуживает особого внимания. Требования ЕС включают в себя размещение знака CE производителем на все регулируемые продукты. Импортерам, получившим знак CE, будет гарантирован доступ к рынкам всех членов ЕС. Знак CE утверждает, что продукт соответствует требованиям ЕС, требованиям охраны здоровья, безопасности и окружающей среды. Более новая разработка - это создание добровольного знака, известного как Экологическая маркировка ЕС. Продукты без Ecolabel могут по-прежнему

поступать в ЕС, но этикетка, если используется, заменяет существующие национальные эквиваленты. Чтобы получить Ecolabel, производитель должен показать, что его продукты менее вредны чем другие аналогичные продукты.

Совет по аккредитации экономических приоритетов использовал модель ИСО для разработки социального стандарта подотчетности. Стандарт SA 8000 гарантирует, что компания и ее поставщики обеспечивают справедливое и безопасное рабочее место для своих сотрудников. Сертификация SA 8000 требует от компании ограничения использования детского или принудительного труда, уважения права работников на объединение, ограничение рабочей недели на 48 часов, обеспечение безопасной рабочей среды и выплату прожиточного минимума, который соответствует основные потребности рабочих. SA 8000 позволяет компаниям демонстрировать приверженность международным стандартам в области прав человека. Фирмы, которые хотят избежать плохого репутации должны принять стандарты SA 8000 в качестве превентивной меры.

2. То, как компания продает свою продукцию на международном уровне, играет важную роль в ее успешности. Неспособность учитывать различия в национальных культурных и правовых подходах к рекламе - это путь неудачи. На международном уровне разработка наднациональных правил рекламы носит спорадический характер. Лучшим примером многонациональных усилий является Сеть маркетингового надзора. Соединенные Штаты и около 20 других стран согласились сотрудничать в разрешении рекламных споров, которые пересекают национальные границы. На региональном уровне Европейский союз принял две директивы, направленные на гармонизацию

европейского законодательства об ошибочной и сравнительной рекламе .

До вступления в силу Директивы 97/55 / ЕС 1997 года о сравнительной рекламе такая реклама запрещалась в Италии, Бельгии и Люксембурге и была очень ограничена в таких странах, как Германия и Франция. Напротив, в Соединенных Штатах более 25 процентов всей рекламы является сравнительной. Директива 1997 года легализует использование сравнительной рекламы, которая определяется как «любая реклама, которая прямо или косвенно упоминает конкурента или товары или услуги, предлагаемые конкурентом». Однако сравнительная реклама разрешена только в том случае, если:

- 1) она не вводит в заблуждение;
- 2) сравнивает товары или услуги, удовлетворяющие одни и те же потребности или служащие той же цели;
- 3) объективно сравнивает один или несколько материальных, релевантных, проверяемых и репрезентативных особенностей товаров и услуг;
- 4) не создает путаницы на рынке между рекламодателем и конкурентом или с конкурентом " товарных знаков с или торговыми названиями;
- 5) он не дискредитирует или не унижает товарные знаки, торговые наименования, товары или услуги конкурента;
- 6) для изделий с обозначением происхождения, в каждом случае относится к продуктам с одинаковым обозначением;
- 7) он не представляет товары или услуги в качестве имитаций или реплик товарных товаров или услуг.

Директива ЕС также требует, чтобы рекламодатель быстро продемонстрировал точность своих сравнительных требований. Напротив, Федеральная комиссия по торговле США

требует только доказательств разумной основы . Использование субъективных признаков, таких как вкус или ощущение, разрешено в Соединенных Штатах. В соответствии с директивой ЕС, например, сравнительная реклама запрещена. Таким образом, согласно Директиве, сравнение на основе субъективных факторов и суждения , основанные на мнении, запрещены. Более того, кажется, что принятая формула запрещает использование объективно управляемых тестов предпочтений потребителей. Таким образом, американский экспортер не должен предполагать, что его сравнительная реклама автоматически легальна в соответствии с новой Директивой. Это особенно верно в странах, которые традиционно запрещают такую рекламу.

3. ИСС спонсировал ряд этических кодексов, относящихся к международной рекламе и маркетингу, включая Международный кодекс рекламной практики, Международный кодекс стимулирования сбыта, Международный кодекс практики прямого маркетинга, Кодекс экологической рекламы, Кодекс о спонсорстве и Международный кодекс маркетинга и социальных исследований.

### **Таблица 2.10. Выдержки от Международного кодекса Рекламной практики**

Статья 2: Порядочность

Не следует оскорблять стандарты приличия.

Статья 3: Честность

Не следует использовать недостаток опыта или знаний потребителей.

Статья 4: Социальная ответственность

Не следует мириться с какой-либо формой дискриминации, играть на страхе или на суевериях.

Статья 5: Правдивое представление

Не следует вводить в заблуждение в отношении характеристик, стоимости, сроков гарантии, прав интеллектуальной собственности или официального признания или не должны злоупотреблять результатами исследований.

#### Статья 6: Сравнение

Сравнение с другими продуктами должно основываться на фактах, которые должны быть обоснованными и не должны быть несправедливо отобраны.

#### Статья 7: Деградация

Не следует очернять любую фирму, организацию, профессию или продукт.

#### Статья 8: Отзывы

Не использовать личные отзывы или мнения, только настоящие, поддающиеся проверке, актуальные и основанные на личном опыте или знании. Отзывы устаревшие, не должны использоваться.

#### Статья 10: Эксплуатация доброй воли

Не должно нарушать интеллектуальную собственность или добрую волю.

#### Статья 11: Имитация

Не следует подражать другим рекламе или чрезмерно подражать другим, рекламным кампаниям в других странах.

#### Статья 12: Идентификация

Не следует указывать как текст рекламы редакционную статью или статью новостей. Реклама должна быть представлена так, чтобы она была легко признана рекламой.

#### Статья 14: Дети

Применяется к детям, определенным как несовершеннолетние по местным законам. Не следует использовать их неопытность или давать нереальное восприятие истинной ценности продукта. Не следует напрямую обратиться к детям

с просьбой убедить своих родителей купить рекламируемые продукты.

#### Статья 15: Гарантии

Не должны содержаться никаких ссылок на гарантию, которая не предоставлять потребителю дополнительные права на предоставленные в соответствии с законом.

Международный кодекс рекламной практики был впервые опубликован в 1937 году и был пересмотрен в 1997 году. Введение в Кодекс описывает его как добровольный, саморегулируемый этический кодекс, но отмечает его использование в судебном разбирательстве: «Кодекс разработан в основном как инструмент самодисциплины, но также предназначен для использования судами как справочный документ в рамках применимого права.

Основополагающий принцип Кодекса - «вся реклама должна быть законной, пристойной и правдивой». Статьи с 3 по 17 содержат некоторые детали, касающиеся значения «достойного и правдивого». » Статья 18 определяет обязанности любому профессиональному рекламному агентству и любой фирме или компании, которая рекламирует. Кроме того, любой, кто работает в этих компаниях или агентствах, несет ответственность за « степень ответственности, соразмерную их положением. Эта ответственность связана как с продающей компанией, так и с ее рекламным агентством, а также с ответственными сотрудниками и сотрудниками.

### **Список использованной литературы**

1. Черенков В.И. Глобальная маркетинговая среда: Опыт концептуальной интеграции: Монография. Рекомендовано УМО «мировая экономика» как учебное пособие. - СПб. Изд-во СПбГУ, 2015.
2. Черенков В.И., Поликарпов А.Н. Internet-аспекты глобализации бизнеса: Монография / Под ред. В.И.Черенкова. СПб.: Изд-во ВАШ, 2016.
3. Цацулин В.Н., Черенков В.И. Черепкова Н.И. Англо-руссконемецкий словарь-справочник по междуна 34 довано УМО «мировая экономика» как учебное пособие. Изд-во ВАШ/СПбГУЭФ, 2016.
4. Международные экономические отношения: Учебник / А.И. Евдокимов, В.И. Черенков и др. Допуи{ено Минобразования РФ в качестве учебника. - М.: ТК Велби, 2016.
5. Черенков В.И. Международный маркетинг: Рекомендовано Министерством общего и профессионального образования РФ для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям Учебное пособие. СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2015.
6. Черенков В.И., Панин В.В., Свиткова М.Ю. Организация и техника внешнеэкономических операций: Учебное пособие/ Под ред. А.И.Евдокимова и В.И.Черенкова. - СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2015
7. Черенков В.И. Международный маркетинг. Учебное пособие. - СПб: О-во «Знание», 2016 (23,3 пл.) 8. Бондарев А.К., Черенков В.И. Международный маркетинг: Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2016.
9. Черенков В.И., Черепкова Н.И. Международный маркетинг: Пакет учебно-методической поддержки курса. В 4-х частях. Изд. 2-е перераб. - СПб.: СПБИВЭСЭП, 2016. Рекомендовано УМО «мировая экономика» как учебное пособие
10. Черепкова Н.И., Черенков В.И. Карманный англо-русский словарьсправочник по международному бизнесу. Pocket English-Russian Explanatory Dictionary on International Business. — СПб. О-во «Знание», СПБИВЭСЭП, 2015
11. Международный бизнес: Учебно-методическое пособие в 2-х кн./Под ред. А.И.Евдокимова и В.И.Черенкова. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2015.

12. Климов СМ., Черенков В.И. Международный менеджмент: Программа курса и методические указания. - СПб.: СПбИВЭСЭП, 2016
13. Черенков В.И., Черенкова Н.И. Международный маркетинг: Пакет учебно-методической поддержки курса. В 4-х частях. - СПб.: СПбИВЭСЭП, 2015.
14. Черенкова Н.И., Черенков В.И./ Международные бизнескоммуникации: Рабочая программа и тесты. - СПб.: СПбИВЭСЭП, 2016
15. Черенков В.И. Организация и техника внешнеэкономической деятельности предприятия: Рабочая программа и тесты. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2015
16. Черенков В.И. Маркетинг-менеджмент в международной фирме: Рабочая программа и тесты. - СПб.: СПбИВЭСЭП, 2017
17. Черенков В.И. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Рабочая программа и тесты. - СПб.: СПбИВЭСЭП, 2016
18. Черенков В.И. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Программа. Международные контракты: Практикум. - СПб.: СПбИВЭСЭП, 2017
19. Черенков • В.И. Международные бизнес-операции в контексте маркетинговых стратегий// Инновации, №1, 2015
20. Черенков В.И. Информационно-коммуникативная проблема глобализации бизнеса// Проблемы современной экономики: Евразийский международный научно-аналитический журнал. СПб.: 2016 2
21. Cherenkov V.I. Internationale Marketingumgebung: Globalisierung, Integration, GeneralisierungZ/Russland und die Europäische Union: Vor und nach dem Eintritt in die WTO. Sammlung der Beitrage von Teilnehmern der ' deutsch-russischen Fachtagung.
22. Черенков В.И. Международная маркетинговая среда: глобализация, интеграция, генерализация//Россия и Европейский Союз ВТО / Сборник докладов участников международной конференции. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2016
23. Евдокимов А.И., Черенков В.И. Тенденции глобализации международного бизнеса// Известия СПбГУЭФ, 2017
24. Черенков В.И. Комплексный глобальный интегрированный маркетинговый канал: генезис и концепция// Инновации, №7(64

25. Черенков В.И. Предисловие научного редактора к русскому изданию//Деруа Ж. Франчайзинг/ Пер с франц. под научн. ред. В.И.Черенкова- СПб.: Издательский дом «Нева», 2016
26. Черенков В.И., Уханов В.А. Международный маркетинговый аудит инновационных проектов// Инновации, 2-3, 2017
27. Черенков В.И. Маркетинговая экология// Инновации, 9-10, (56-57), 2016
28. Черенков. В.И. Модернизация концептуально-графического представления международной компании: 3-D модель маркетингменеджмента// Инновации, 1, (48), 2016
29. Черенков В.И. «Новое» определение международного маркетинга// Инновации, 9-10, (46-47), 2017
30. Черенков В.И., Поликарпов А.Н. Природа и средства преодоления барьеров глобализации в е-коммерции // Инновации, 2016
31. Черенков В.И. Рецензия: Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова СВ. Международный маркетинг: Учебник для вузов. - СПб.: Питер, 2001// Российский экономический журнал, 2001, №2.
32. Черенков В.И. Три первых простых числа в квадрате международного маркетинга//Экономические отношения и маркетинг между Россией и Европейским Союзом в условиях глобализации. Сборник материалов международного симпозиума (10-12 сентября, 2017, Санкт-Петербург)
34. Cherenkova N.I., Cherenkov V.I. Teaching English as Facilities For International Marketing Communications (Russian Experience) (Обучение английскому языку как средству международных бизнескоммуникаций (российский опыт)/Marketing in russischen Unternehmen/G.L.Bagiev, M.P.Zerres - HWP, Hamburg, 2016

Алиев Урак Жолмурзаевич  
Шимшиков Жангельды Ерденович  
Атирбеков Алмаз Шайрбекович

**Основы международного бизнеса**  
Учебное пособие

Подписано в печать с готового оригинал-макета 11.11. 2019г.  
Печать офсетная. Формат бумаги 60x84/16.  
Объем 6,8 усл. печ. л. Тираж 500 экз. Заказ №112  
Отпечатано в типографии «Университет «Туран-Астана»»  
с готового набора:

Адрес: 010000, г. Нур-Султан, ул. Дукенулы, 29