**Гулуа С., студентка Московского педагогического государственного университета**

**Основные сферы деятельности и факторы, влияющие на деятельность международных компаний**

**Аннотация:** В статье рассматриваются аспекты достижения преимуществ на рынке товаров и услуг; меры стимулирования международного бизнеса и факторы, которые оказывают влияние на деятельность международной организации.

**Ключевые слова:** международная компания, эффект масштаба, производственные силы, международная конкуренция.

Историю становления международных компаний принято рассматривать в ходе изучения эволюционных международных отношений и человечества в целом. Это вызвано такими объективными экономическими и политическими факторами как потребность субъектов в международном «сопряжении».

Посредством стремительного развития средств транспорта и информационных технологий происходит быстрое и легкое перемещение по всему миру, что тем самым обеспечивает связь с любой точкой мира. Таким образом, можно утверждать, что виртуально любой бизнес имеет международный аспект.

Все отрасли экономики можно разделить на две группы с точки зрения деятельности на внешнем рынке:

– многонациональные (обслуживание отдельных национальных рынков, где отрасли имеют свои отличительные особенности в зависимости от страны, которая принимает)

– глобальные (учет всего мирового рынка с отражением специфики и спроса в странах, являющихся потребителями).[1]

Для руководителей зарубежных филиалов, которые специализируются на глобальных отраслях в преимуществе для использования глобальная стратегия с целью поддержания уровня конкурентоспособности. В таких международных компаниях существует сеть филиалов за рубежом, они располагают ресурсами на разных точках планеты и широко пользуются эффектом масштаба. Центры, занимающиеся исследованиями, чаще всего располагаются не в государствах базирования, а там, где рынок сбыта максимально оживлен.

Достигнуть преимуществ на уже сформировавшемся рынке принимающей страны довольно сложно, а без совокупной подготовки просто невозможно. Для определения самых эффективных сфер деятельности международной компании исследователи в процессе разработки и подготовки проекта решения о выходе на зарубежный рынок тщательно проводят оценку возможностей международной компании и изучают условия предпринимательской деятельности в нескольких аспектах:

Рассмотрим первый аспект с точки зрения структуры фирмы и стратегий конкурентов. Здесь необходима оценка возможностей конкурировать с национальными компаниями и иными фирмами в этой сфере. Также важным является анализ стратегии местных фирм– конкурентов.

Второй аспект рассмотрим с точки зрения условий производства и предоставления услуг.

Третий аспект можно рассмотреть с точки зрения условий сбыта. Степень сложности и отличительные стороны каналов сбыта в принимающей стране и определяют данные условия.

Четвертый аспект рассмотрим с точки зрения родственных отраслей. Интерес вызывает информация о наличии крупнейших потребителей продукции в принимающей стране.

Далее перейдем к факторам, которые влияют на деятельность международных компаний. Внешние факторы, которые определяют возможности деятельности международной компании представляют маркетинговую среду на международной арене. К ним принято относить политические, демографические, научно– технологические, природные, правовые и экономические факторы.

К ключевым политическим воздействиям относятся валютная и государственная политика, правила внешней торговли. Экономическими факторами являются ставки по кредитам, показатели безработицы и инфляции, уровень национального дохода. Природоохранные механизмы относят к экологическим факторам. Технологическое давление характеризуется развитием инноваций и разработкой передовых технологий. Правовыми аспектами влияния выступают законодательство о конкуренции и, безусловно, трудовое право.

Любое направление факторов определяет свойственную ей среду международного маркетинга. Систематизация позволит проанализировать каждую группу влияющих факторов, что послужит важной информацией для выявления реальных возможностей компании.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что географические условия, историческое развитие, политическая атмосфера, правовые аспекты и экономическое состояние формируют общую внешнюю среду страны. [3]

Размещая свои производственные силы, учитывается наличие и отсутствие ресурсов в регионе. Имея ресурсы на собственных рынках, зачастую дешевле и выгодней за счет минимизации ограничений размещать их на зарубежном рынке. Это относится как к природным, так и к людским и технологическим ресурсам. Издержки производства существенно отличаются на разных рынках. Природные ресурсы на территории, где есть их избыток дешевле, так же и с рабочей силой, где ее много, там она и дешевле.

Некоторые правительства выносят предложения по мерам стимулирования международного бизнеса для конкретной отрасли или в конкретном регионе. Такие меры могут включать низкие процентные ставки, страхование рисков, субсидии и другое. Таким образом, используя такие привилегии можно существенно минимизировать риски и увеличить свою прибыль.

Сильные стороны международной компании, которые уже известны на национальном рынке, могут стать также востребованными и на мировой арене. Известная торговая марка, долголетнее лидерство на рынке среди конкурентов, солидный образ компании, безусловно, являются преимуществами на рынке.

Далее перейдем к негативным факторам. Большинство компаний не ставят целей активно развиваться для выхода на международные рынки, так как риски им кажутся слишком высокими. Но иногда компании приходят к выводу, что тенденция глобализации буквально «накрывает» по причине событий вне сферы их влияния.

К таким мерам прежде всего можно отнести торговые ограничения и барьеры. Регламент, который устанавливается странами– партнерами заставляют не просто принять, а распоряжаются приступить к международным операциям, используя наиболее сложные формы операций. К примеру, компания, занимающаяся экспортом, сталкивается с такой ситуацией, где начинают повышаться пошлины или вводятся иные виды ограничений. Такие торговые барьеры могут послужить тому, что продукт или услуга станут слишком дорогими для потребителей.[4]

Собственное правительство имеет право ввести ограничения, которые поведут за собой рост операционных издержек. Компания в свою очередь может выбрать ведение операций в менее жесткой среде в стране, где существует такое регулирование.

Некоторые международные компании работают с одним и тем же поставщиком по всему миру (но в случае неудовлетворения нужд зарубежного рынка, поставщик может потерять клиентов и на внутреннем рынке). Такая ситуация наиболее характерна для сферы услуг. Например, транспортные, страховые или банковские услуги.

В результате международной конкуренции компания следует такой тенденции, чтобы сохранить конкурентоспособность. Если конкурент укрепляет позиции, то это дает платформу для атаки фирм на ее внутреннем рынке за счет низких издержек. Позже компании будет тяжелее конкурировать с уже укрепившимися на зарубежных рынках конкурентом.[5]

**Литература:**

1. Паньков В.С. Мировая экономика на пути к 2015 году // Экономика XXI века, 2010

2. Кудеркин Д. Интеграция развивающихся стран в мировую экономику[Текст] / Д. Кудеркин, И. Скачков // Управление компанией, 2014

3. Шимко П.Д. Международный финансовый менеджмент[Текст], 2017

4. Шимко П. Д. Экономика транснациональной компании[Текст]//П.Д. Шимко, Д. П. Шимко, 2018

5. Нуримбетов Р.И. Факторы конкурентоспособности в условиях рынка[Текст]// Международный журнал экспериментального образования, 2015

Gulua S., student at Moscow State Pedagogical University

**The main areas of activity and factors affecting the activities of international companies**

Abstract: The article discusses aspects of achieving benefits in the market for goods and services; incentives for international business and factors that influence the activities of an international organization.

Keywords: international company, economies of scale, production forces, international competition.

Bibliography

1. Pankov V.S. World economy on the way to 2015 // Economy of the XXI century, 2010

2. Kuderkin D. Integration of developing countries into the world economy [Text] / D. Kuderkin, I. Skachkov // Company Management, 2014

3. Shimko P.D. International Financial Management [Text], 2017

4. Shimko P. D. Economics of a transnational company [Text] // PD. Shimko, D.P. Shimko, 2018

5. Nurimbetov R.I. Factors of competitiveness in the market [Text] // International Journal of Experimental Education, 2015