

Раздел 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

第一章：国际商务管理的理论基础

Тема 1 Введение в курс «Менеджмент международного бизнеса»
主题一：《国际商务管理理论》前言

**Тема 2 Мировое хозяйство, мировая торговля, международное разделение
труда, разновидности международного бизнеса**
主题二：世界经济、世界贸易、国际劳动分工、国际商务类型

**Тема 3 Организационные формы ведения международного бизнеса и
международной кооперации**
主题三：国际商务的组织形态特征及国际公司的概念

Тема 4 Кросскультурные проблемы международного менеджмента
主题四：国际管理的跨文化问题

**Тема 5 Фактор глобализации в международном бизнесе и оценка готовности
Беларуси к глобализации**
主题五：国际商务中的全球化因素和白俄罗斯面临全球化的表现

ТЕМА 1

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Международный бизнес — это деловое взаимодействие государственных или частных фирм (или их подразделений), находящихся в различных странах. Международный бизнес включает любые хозяйственные операции, которые проводятся двумя или более странами. Имеет главной своей целью извлечение прибыли.

Мотивации, побуждающие фирмы осуществлять международный бизнес:

- расширение сбыта;
- приобретение ресурсов;
- диверсификация источников снабжения и сбыта.

Основные условия:

- 1) реализация товаров или услуг за пределами своей страны;
- 2) проведение фирмой маркетинговых мероприятий, когда:
 - фирма является частью другого предприятия, которое также выступает производителем или продавцом на зарубежном рынке, или ассоциирована с ним;
 - имеется некоторое влияние на маркетинговую деятельность компании или контроль за ней, который исходит из другой страны.

主题一：国际商务及国际商务管理特点概要

● **国际商务——是指不同国家的国有或私人公司 或其相关部门)相互间的业务活动。国际商务包括发生两个或多个国家的以获得利润为主要目的所有商业交易。**

● **国际商务活动的激励动机：**

● **增加销售；**

● **获取资源；..**

● **增加供应和销售渠道。**

● **国际商务的基本条件：**

● **销售货物或者提供境外服务；**

● **进行公司的营销活动，其中：**

● **公司在国外市场上作为其他企业制造商或销售商的一部分。**

● **对本公司的营销活动有一定的影响或需要接受来自其他国家的监督。**

Этапы развития международного бизнеса

- 1. Коммерческая эра (1500—1850 гг.).
- 2. Эра экспансии (1850—1914 гг.).
- 3. Эра концессий (1914—1945 гг.).
- 4. Эра национальных государств (1945—1970 гг.).
- 5. Эра глобализации (1970 г.— наст. время).

Главные факторы современного международного бизнеса:

- • глобализация — глобальное объединение рынков и хозяйственных систем;
- • интернационализация хозяйственной жизни;
- • воздействие научно-технического прогресса на экономические процессы;
- • интенсивное перемещение «ноу-хау», лицензий, научных разработок, интернационализация НИОКР;
- • сокращение жизненного цикла товаров при одновременном возрастании требований покупателей к новизне, качеству, дизайну, упаковке и другим параметрам импортируемого в страну товара;
- • растущая тенденция к выравниванию условий спроса и стиля потребления в различных странах;
- • формирование региональных экономических союзов и массовая миграция рабочей силы;
- • обострение конкурентной борьбы на мировых рынках, приобретающей в ряде случаев характер торговой или ценовой войны.

主题一：国际商务及国际商务管理特点概要

• 国际商务发展阶段：

- 1.商业时代（1500年至1850年）。
- 2.扩张时代（1850年至1914年）。
- 3.租让合同时代（1914至1945年）。
- 4.国家时代（1945-1970年）。
- 5.全球化时代（1970 -至今）。

• 现代国际商务的主要因素：

• **全球化** —— **市场和经济体系全球化的联合**；

• **经济生活的国际化**；

• **科学和技术进步对经济进程的影响**；

• **技术诀窍、许可证、科研成果的转让与使用**；

• **客户对产品外形、质量、设计、包装和进口到该国货物其他参数要求的不断提高，同时希望降低产品生命周期**；

• **不同国家消费和需求的平衡呈现增长的趋势**；

• **区域经济联盟的形成和劳动力大规模迁移**；

• **具有贸易和价格战特点的世界市场竞争加剧**。

Основные сферы деятельности в международном бизнесе:

- • международный обмен технологиями и соглашениями по обучению персонала;
- • купля-продажа лицензий;
- • франчайзинг;
- • инжиниринг;
- • лизинг;
- • управленческий контракт (консалтинг);
- • торговля строительными услугами;
- • торговля транспортными услугами за пределами национальных границ;
- • создание совместных торговых домов;
- • создание совместных предприятий;
- • прямое инвестирование за рубежом.

Отличие международного бизнеса от внутристранового:

- • учет влияния, которое оказывают взаимоотношения стран на возможность и эффективность ведения бизнеса между их компаниями;
- • поддержка, которую правительство страны оказывает собственным предпринимателям в их зарубежной деятельности.

主题一：国际商务及国际商务管理特点概要

- 国际商务活动的主要领域：
- 人员培训、技术交流；
- 许可证的买卖；
- 特许经营；
- 工程；
- 租赁；
- 管理合同（咨询）；
- 建筑服务贸易；
- 境外贸易运输服务；
- 建立联合贸易企业；
- 建立合资企业；
- 国外直接投资。
- 不同于国内的国际业务：
- 要考虑各公司之间从事的商务活动对国家相互关系的影响；
- 本国政府对企业家在境外商务活动给予一定的支持。

ВИДЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Инвестиции:

- прямые — вложение капитала с целью приобретения долгосрочного экономического интереса в стране приложения капитала, обеспечивающее контроль инвестора над объектом размещения капитала (инвестор участвует в управлении предприятием);
- портфельные — вложение капитала в иностранные ценные бумаги, не дающие инвестору права реального контроля над объектом инвестирования.

Мультинациональные компании (МНК):

- глобальные;
- многострановые.

Менеджмент международного бизнеса — особый вид менеджмента, главными целями которого являются формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ предприятий за счет возможностей ведения бизнеса в других странах и эффективного использования для этих целей экономических, социальных, демографических, культурных и других особенностей той или иной страны.

Факторы возникновения менеджмента международного бизнеса:

- международная специализация и кооперация;
- регулирование международной торговли и ВЭД;
- особенности национальных законодательств в сфере ВЭД;
- поведение людей, представляющих разные национальные культуры.

主题一：国际商务及国际商务管理特点概要

- 国际商务的类型
- 投资：
 - 直接投资——是为了获得国内资本运做的长期经济利益，这种资本运做能保证投资者对资产的监督（投资者参加企业管理）。
 - 有价证券的投资——投资外国有价证券，投资者不享有现实的对资产的监督的权利。
- 跨国公司：
- 全球跨国公司；
- 多国跨国公司。
- 国际商务管理——是一个特殊管理类型,主要目的是通过在其他国家所从事商业活动而形成和发展企业竞争优势，并为此有效地利用经济、社会、人口、文化及某个国家的其它优势。
- 国际商务管理产生的因素：
- 国际商务专业化与集团化；
- 国际贸易和对外经济活动的不断调整 and 变化；
- 在对外经济活动领域中涉及到各个国家的不同法律规定；
- 代表不同国家文化背景的人的行为方式的不同。

Менеджмент международного бизнеса направляет развитие национальной компании по следующей схеме:

- предварительные маркетинговые исследования рынков тех стран, которые могут представлять интерес;
- выбор конкретного целевого странового рынка;
- разработка стратегии выхода предприятия на рынок;
- определение коммерческого предложения в разрезе товаров, услуг и цен в условиях как благоприятной, так и неблагоприятной конъюнктуры;
- разработка товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики предприятия;
- выбор компаний-посредников и подбор торгового персонала для реализации экспортной продукции.

Основные требования:

- безусловное соблюдение законодательства стран ведения бизнеса;
- уважение их национальных приоритетов и культуры, торговых обычаев и правил;
- формирование равноправных и взаимовыгодных деловых отношений с зарубежным партнером.

Специфика менеджмента международного бизнеса обусловлена:

- учетом и использованием в управлении национальными и мультинациональными коллективами и международными деловыми операциями всего того, что дает культура в самом широком понимании этого слова;
- нормами и правилами, выработанными международным сообществом.

主题一：国际商务及国际商务管理特点概要

- 国际商务管理内容包括：
- 对那些能带来利益的外国市场进行预先营销调查；
- 选择具体定向国家市场；
- 制定企业进入市场的战略；
- 要充分考虑有利和不利的情况下特别是要以商品、服务、价格等作为主要因素来制定商业计划；
- 开发企业的产品，确定合理的价格及营销政策；
- 选择中介公司和选择销售出口产品的业务人员。
- 基本要求：
- 无条件遵守所在国的法律；
- 尊重其国家优先权和文化、商业习惯和规定；
- 与外国合作伙伴建立平等、互利的业务关系。
- 国际企业管理的特点取决于：
- 在开展国内、国际商务活动中要充分考虑广义理解的文化的含义；
- 国际组织的公约及协定。

Составные части теории менеджмента международного бизнеса:

- классический менеджмент, который изучает общественные отношения в ходе производства предприятиями товаров и услуг и выполнения работ;
- сравнительный менеджмент, предмет которого — национальные модели менеджмента. Сходства и различия в моделях определяются культурно-институциональными особенностями стран и регионов;
- международный менеджмент, в рамках которого изучаются управленческие отношения в международных компаниях;
- кросскультурный менеджмент, который изучает поведение людей, представляющих разные культуры и работающих вместе в одной организационной среде;
- менеджмент международной торговли и внешнеэкономической деятельности, изучающий общественные отношения, возникающие в ходе выработки и применения правил и стандартов международной торговли и осуществления деятельности национальных компаний за рубежом;
- экспортный менеджмент представляющий собой реализацию продукции в другой стране, отличающуюся от продаж на внутреннем рынке условиями сбыта, деловыми обычаями, национальными традициями, валютой, особенностями социокультурной среды.

主题一：国际商务及国际商务管理特点概要

- **国际商务管理理论的组成部分：**
- **古典管理：**古典管理是在商品生产、服务及工作完成的过程中研究社会关系；
- **比较管理：**比较管理的对象是确定符合实际的本国管理模式。管理模式中的相似和不同应由各个国家及地区文化和制度特点来决定；
- **国际管理：**国际管理的框架下来研究国际公司的管理关系；
- **跨文化管理：**跨文化管理研究了代表不同文化和在同一环境中一起工作的人的行为；
- **国际贸易和对外经济事务管理：**它研究的是产生于国际贸易及实现境外公司的活动过程中的社会关系；
- **出口管理：**是在不同于国内销售条件、商业习俗、民族传统、货币、社会文化环境下在其他国家销售本国的产品。

Основные компоненты системы менеджмента международного бизнеса:

- миссия — наиболее общая цель предприятия как конкурентоспособной структуры, представленная в наиболее общей форме и четко выражающая основную причину существования предприятия;
- предназначение — развитие внешнеэкономической деятельности предприятия в долгосрочной перспективе посредством установления динамического баланса с окружением;
- объект концентрации внимания — взгляд вовне предприятия, поиск новых возможностей в конкурентной борьбе, отслеживание изменений во внешней среде и адаптация к ним;
- учет фактора времени — ориентация на долгосрочную перспективу;
- основа построения системы управления — люди, организации, схемы ведения бизнеса, товаропроводящие сети, системы информационного обеспечения, рынок;
- критерий эффективности управления — своевременность и точность реакции предприятия на новые запросы рынка и изменения внешней среды (факторов, влияющих на состояние рынка).

Основные тенденции в развитии белорусской экономики в контексте развития международной конкуренции и государственных приоритетов социально - экономического развития:

- увеличение объемов международной торговли и развитие экспортно ориентированных производств и сферы услуг;
- повышение конкурентоспособности продукции за счет развития инноваций и привлечения инвестиций;
- формирование системы управления всеми звеньями народного хозяйства, в максимальной степени соответствующей модели социально ориентированной рыночной экономики Республики Беларусь.

主题一：国际商务及国际商务管理特点概要

- 国际业务管理系统的主要组成部分：
- **使命**——作为具有竞争力的企业其共同目标是尽管形式相同，但是要通过实力体现公司存在价值。
- **目的**——通过确立与客观条件相适应的长远目标来开展企业的对外经济活动。
- **需要特别注意的事情**——从企业的外部、在竞争中来寻找新的机遇，随着外部环境的变化并适应这些变化。
- **考虑时间因素**——要致力于长远的发展前景。
- **管理系统的基础**——人、组织、业务布局、商品运销网络、信息保障系统、市场。
- **管理效率的标准**——企业对市场新需求和外部环境新变化反应的及时性和准确性。
- 在社会经济优先发展和国际竞争中白俄罗斯经济发展的总趋势：
- 扩大国际贸易量和发展以生产和服务业为导向的出口；
- 通过创新和投资提高竞争力；
- 建立国民经济的完整管理体系，使其最大程度上适应以市场经济为导向的白俄罗斯社会经济发展模式。

Базовые компетенции менеджера международного бизнеса

- • Социальная компетенция. Знание и понимание идеологии белорусского общества и твердое ориентирование в основных направлениях и параметрах социально-экономического развития Беларуси на текущую и долгосрочную перспективу.
- • Техническая компетенция. Владение компьютером, знание иностранных языков, умение водить машину, пользоваться современными информационно - справочными и платежными системами, разбираться в финансовых схемах, различать страховые, пенсионные и ипотечные операции.
- • Управление собой (тайм-менеджмент). Умение планировать свою деятельность и управлять своими действиями. Наличие собственных представлений, собственного сознания. Умение перестраиваться, переучиваться, формировать у себя новые навыки. Наличие соответствующего экономического мышления и экономического воспитания.
- • Умение ориентироваться в социокультурной среде. Знание истории своей страны и своей национальной культуры, что является основой понимания социально-культурного контекста ведения бизнеса в других странах и регионах.
- • Профессиональная компетенция. Умение продать свои знания и навыки, свой труд.

主题一：国际商务及国际商务管理特点概要

- 国际商务管理的基本范畴：
- **社会范畴**——认识白俄罗斯社会的意识形态，了解和明确白俄罗斯社会当今及长远前景的经济发展的基本方向和目标。
- **技术范畴**——**掌握**计算机，通晓外语，会驾驶汽车，利用现代化的信息指南——**交费**系统，财务图表，识别保险，**养老金和抵押贷款**业务。
- **自我管理**（时间管理）。善于计划自身的活动和管理自身行动。个人观念和个人意识的存在。学会改变并重新养成**自己的新习惯**。要有合理的经济思维和经济教育基础。
- **在社会文化环境中定位的能力**。通晓自己国家的历史和民族文化，这是理解其他国家和地区文化并从事商务活动的**社会文化基础**。
- **专业范畴**——**推销**自己知识、技能和自己劳动的技能。



THANK YOU

谢谢！

Спасибо за внимание