

ЭВОЛЮЦИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Мирисаев Абдурахман Абдулахатович

Канд. экон. наук (PhD), профессор кафедры экономики
Alfraganus university, г.Ташкент, Узбекистан

E-mail: abdurahmonm77@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются отдельные аспекты становления и развития международного бизнеса, его влияние на формирование мировой экономики и интеграционных процессов. Особое внимание уделяется историческим этапам эволюции международных экономических отношений, а также современным проблемам и вызовам, связанным с глобализацией, конкуренцией и цифровизацией.

Ключевые слова: международный бизнес, история, мировая экономика, глобализация, интеграция, цифровизация, проблемы развития.

Annotatsiya

Maqolada xalqaro biznesning shakllanishi va rivojlanishining ayrim jihatlari, uning jahon iqtisodiyoti va integratsion jarayonlarga ta'siri tahlil qilingan. Xususan, xalqaro iqtisodiy munosabatlarning tarixiy bosqichlari hamda globallashuv, raqobat va raqamlashtirish bilan bog'liq zamonaviy muammolar yoritilgan.

Kalit so'zlar: xalqaro biznes, tarix, jahon iqtisodiyoti, globallashuv, integratsiya, raqamlashtirish, rivojlanish muammolari.

Abstract

The article examines certain aspects of the emergence and development of international business and its impact on the formation of the global economy and integration processes. Special attention is given to the historical stages of international economic relations as well as current challenges related to globalization, competition, and digitalization.

Keywords: international business, history, global economy, globalization, integration, digitalization, development challenges.

ВВЕДЕНИЕ

Международный бизнес является одной из ключевых форм организации экономической деятельности в условиях глобализации и стремительного развития мировой экономики. Его истоки восходят к эпохе Великих географических открытий, становлению международной торговли и формированию первых транснациональных компаний, что заложило основу современных трансграничных экономических связей. На протяжении истории международный бизнес претерпевал существенные изменения, отражая трансформацию экономических систем, научно-технический прогресс и развитие мировых рынков.

В современных условиях международный бизнес выступает важнейшим фактором интеграции национальных экономик в глобальное хозяйственное

пространство. Усиление конкуренции, внедрение цифровых технологий, формирование глобальных цепочек добавленной стоимости и рост международной миграции капитала определяют новые правила функционирования бизнеса на мировом уровне. Вместе с тем сохраняется ряд проблем, связанных с институциональными барьерами, торговыми конфликтами, различиями в уровнях социально-экономического развития стран и экологическими вызовами.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью комплексного осмысления исторических этапов становления международного бизнеса и выявления современных проблем его развития. Это позволит глубже понять закономерности формирования глобальной экономики и определить стратегические направления совершенствования международных бизнес-процессов в условиях усиливающейся конкуренции.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Исторические предпосылки становления международного бизнеса достаточно широко отражены в научной литературе. Классические экономисты А. Смит и Д. Рикардо в своих трудах рассматривали международную торговлю как основу развития мирового хозяйства, акцентируя внимание на теории абсолютных и сравнительных преимуществ. Эти идеи стали фундаментом для формирования концепций международного бизнеса, определивших его роль в обеспечении экономического роста стран и расширении межгосударственных связей.

Дальнейшее развитие теоретической базы связано с работами Й. Шумпетера, который подчёркивал инновации и предпринимательство как ключевые факторы трансформации мировой экономики. В середине XX века исследования Ч. Киндлебергера и С. Хаймера внесли значительный вклад в понимание сущности транснациональных корпораций, которые стали основными субъектами международного бизнеса. Работы М. Портера расширили представления о глобальной конкуренции, стратегиях компаний и механизмах формирования конкурентных преимуществ в условиях интернационализации рынков.

В зарубежной литературе последних десятилетий значительное внимание уделяется вопросам глобализации, региональной интеграции и цифровой трансформации бизнеса. Исследования Д. Дэниэлса, Л. Радебо, Ч. Хилла раскрывают проблемы взаимодействия международных компаний и национальных экономик, влияние информационных технологий и инноваций на эффективность международных бизнес-моделей. В контексте XXI века особый акцент делается на устойчивом развитии, корпоративной социальной ответственности и экологических аспектах международного бизнеса.

В отечественной и региональной научной литературе вопросы международного бизнеса анализируются в связи с процессами экономической либерализации и интеграции в мировую экономику. Узбекские исследователи рассматривают проблемы привлечения иностранных инвестиций, развития

экспортного потенциала и повышения конкурентоспособности национальных компаний на международной арене. Отмечается необходимость адаптации зарубежного опыта к условиям Узбекистана, где важными направлениями являются формирование благоприятного инвестиционного климата, развитие кластерного подхода и интеграция в глобальные цепочки добавленной стоимости.

Таким образом, анализ литературы показывает, что международный бизнес является многогранной категорией, включающей исторические, экономические, институциональные и технологические аспекты. Несмотря на обширную исследовательскую базу, сохраняется потребность в углублённом изучении проблем и перспектив международного бизнеса применительно к странам с формирующейся экономикой, в том числе к Узбекистану, где процессы глобальной интеграции сопровождаются как новыми возможностями, так и значительными вызовами.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методологическая основа исследования базируется на системном и комплексном подходах, позволяющих рассматривать международный бизнес как многомерное явление, включающее экономические, институциональные, исторические и социальные аспекты. В работе использованы методы историко-логического анализа, которые дают возможность проследить этапы становления и развития международного бизнеса от ранних форм международной торговли до современных транснациональных корпораций и цифровых платформ.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Исторический анализ показывает, что международный бизнес прошёл несколько ключевых этапов развития. На ранних стадиях он был сосредоточен преимущественно на торговле сырьевыми товарами и простыми изделиями, где решающую роль играли торговые пути и геополитические факторы. С развитием промышленной революции и ростом производственных мощностей международный бизнес приобрёл новые формы, ориентированные на массовое производство, использование инновационных технологий и расширение внешних рынков.

Международный бизнес представляет собой взаимодействие субъектов межгосударственной экономической деятельности для достижения взаимовыгодного сотрудничества. Основными формами международного бизнеса являются экспорт-импорт товаров и услуг, таких как одежда, сырьё, продукты питания, средства передвижения и финансовые услуги, а также иностранные инвестиции. Субъектами международного бизнеса являются юридические лица, предприятия и организации, межнациональные структуры, компании и страны. При эффективном ведении деловых взаимоотношений субъекты международного бизнеса получают дополнительные условия для распространения своих навыков и возможностей за пределами своей страны, использование дополнительных возможностей предоставленной зарубежными

странами в связи с их ресурсной базой, правовыми и политико-экономическими особенностями, поддержка со стороны своего государства при конкурировании с зарубежными предпринимателями.

Бизнес является социальным и экономическим феноменом, пережившим несколько этапов развития. В древности и средневековье сухопутная торговля и мореплавание были основными видами предпринимательской деятельности. Слабость правовой системы и отсутствие, четко определенных правовых норм и организаций, защищающих интересы предпринимателей ставили под угрозу их деятельность. Историки разделили развитие международного бизнеса на несколько этапов: [1,2].

Эра коммерции (1500-1850). Этот период отмечается как точка отсчета первых бизнес-услуг: инвестирования и страхования. Европейские предприниматели занимались сбытом товаров, привезенных из колоний и стимуляцией для этого было то, что доходы во много раз превышали их затраты.

Эра экспансии (1850 - 1914). Время, когда колониальные державы развивались резкими темпами, и индустриальное производство заставило предпринимателей от реализации колониальных товаров перейти на поиски и добычу сырья. Это время характеризуется межгосударственным разделением труда, которое связано различием темпов развития стран, наличием или отсутствием сырьевой базы, отличием в образовании населения, в особенности, предпринимателей.

Эра концессий (1914-1945). Этому периоду характерно превращение крупных компаний-концессионеров в маленькие независимые государства, которые осуществляли медицинские, торговые, транспортные, производственные и множество различных услуг.

Эра национальных государств (1945-1970). Колониальные страны, которые были отлучены от всех видов внешних связей, получили возможность самостоятельно функционировать на международных рынках и искать инвестиции, а также рынки для сбыта национального товара. С этого момента международный бизнес выходит на новый уровень своего развития, причиной которого послужило прекращение существования закрытых структур.

Эра глобализации (1970 – по сей день). Мощное развитие техники и технологий стало толчком мирового прогресса, и потянуло за собой политические, социальные и экономические изменения. Международные экономические связи охватили многие государства, которые в какой-то мере зависимы от международного бизнеса.

В этой связи существует ряд проблем и трудностей, которые служат преградой в развитии международного бизнеса. К ним относят: нестабильная политическая ситуация; экономическая и финансовая нестабильность, различие в обменном курсе иностранной валюты; социальная культура, обычаи стран и законы.

Нестабильная политическая система оказывает негативное влияние на развитие международного предпринимательства, так как постоянное изменение

властей, законов и политической ситуации в стране грозит возможными неудачами и провалами. Законы некоторых стран, связанные с высокими налоговыми ставками, валютными ограничениями, а также ограничением экспорта и импорта товаров, останавливают инвесторов и предпринимателей составлять взаимовыгодные договоры с этими странами.

Отсутствие единой транснациональной правовой базы для международного бизнеса тоже является немаловажным критерием в возникновении проблем между государствами.

Мировая экономика (мировое хозяйство, всемирное хозяйство) это совокупность национальных хозяйств (национально-государственных экономических комплексов) и негосударственных структур, а также их экономических взаимоотношений. Органической частью мировой экономики являются международные экономические отношения это система хозяйственных связей между физическими и юридическими лицами разных стран.

Существенно усложнилась институциональная структура мирового хозяйства. Отличительная черта этой структуры множественность составляющих, ее экономических субъектов. Они делятся на две основные группы: первая группа взаимодействующие бизнес-структуры (хозяйствующие субъекты) конкретные экономические операторы 14 (фирмы), непосредственно осуществляющие предпринимательскую деятельность; вторая группа совокупность институтов, которые регулируют деятельность хозяйствующих субъектов и отношения между ними и реализуют экономическую политику на отраслевом, региональном, национальном, межгосударственном и наднациональном уровнях.

Субъект мировой экономики может быть как физическим, так и юридическим лицом. В первом случае имеется в виду индивидуальный предприниматель, во втором коммерческие организации различных форм собственности: хозяйственные товарищества и общества, в том числе акционерные, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия, компании со смешанным капиталом, а также некоммерческие организации потребительские кооперативы и фонды.

Доминирующее положение в экономике занимают акционерные общества (корпорации). Бизнес-структуры взаимодействуют на внутренних, национальных рынках, на международном рынке и на мировом рынке, понимаемом как совокупность национальных и международного рынков в их взаимодействии и взаимозависимости, с общим спросом и предложением на товары, услуги, рабочую силу и капитал в масштабе мирового хозяйства.

С точки зрения отдельных стран бизнес делится на национальный, находящийся в собственности и под управлением национального капитала, иностранный в собственности и под управлением иностранного капитала и бизнес со смешанным национальным и иностранным капиталом. При этом национальный капитал может быть одновременно и транснациональным, если

он осуществляет производство и за пределами страны происхождения. В мировой экономике различают национальный и международный бизнес.

Национальный бизнес представляет собой сообщество 15 хозяйствующих субъектов отдельных стран. Международный бизнес выступает как совокупность взаимодействующих национальных бизнесов. К ключевым хозяйствующим субъектам в мировой экономике, формирующим международный бизнес, относятся: [3,4].

1. Транснациональные корпорации (ТНК) как правило, крупные хозяйственные комплексы с международной сферой деятельности. Различают ТНК с национальным капиталом и капиталом, принадлежащим лицам, которые происходят из разных стран. ТНК — это экономически единые системы, вертикально интегрированные структуры с иерархическим подчинением нижестоящих подразделений вышестоящим. В эту систему входят: материнская компания, филиалы, дочерние предприятия, отделения. Система контролируется и управляется из одного центра. Наиболее распространенным методом контроля и управления является система участия: одни подразделения ТНК выступают держателями акций других подразделений;

2. Долгосрочные стратегические альянсы ТНК, получившая с 90-х годов XX в. Широкое распространение форма международного межфирменного сотрудничества. Выделяются альянсы без создания общей собственности (контракты с разделением риска и доходов), альянсы с участием в капитале (приобретение акций, совместных предприятий), преимущественно технологические альянсы (проведение НИОКР, передача технологий, нововведения), преимущественно рыночные (маркетинговые, защита доли рынка, доступ к дешевым ресурсам). При оценке международных альянсов нередко сложно определить, законодательством какой страны следует руководствоваться;

3. Транснациональные банки (ТНБ) крупные международные кредитно-финансовые объединения преимущественно универсального типа, имеющие за границей разветвленную сеть филиалов, осуществляющих банковские операции во многих странах и конвертируемых валютах;

4. Транснациональные институциональные инвесторы страховые компании, негосударственные пенсионные фонды, институты коллективного инвестирования (инвестиционные фонды, инвестиционные компании). На фондовом рынке они выступают как инвесторы под управлением профессиональных менеджеров, в роли которых могут быть банки и специализированные компании;

5. Транснациональные финансово-промышленные группы (ФПГ) интеграция ТНК и ТНБ. Среди многообразных форм ФПГ есть традиционные концерны во главе с крупной промышленной корпорацией и многоотраслевые финансовые группы, сформировавшиеся вокруг банка;

6. Мировые финансовые центры места сосредоточения крупных международных капиталов и масштабного проведения разнообразных

международных финансовых операций. Их особенность огромное разнообразие используемых финансовых инструментов. Современные электронные средства связи обусловили растущую взаимосвязь различных финансовых центров. Основные операторы деловых финансовых центров находятся в Лондоне, Токио, Нью-Йорке, Париже, Цюрихе, Франкфурте-на Майне, Сингапуре, Сянгане;

7. Крупнейшие биржи институты и одновременно организаторы торговли ценными бумагами (фондовые биржи), товарами (товарные биржи) и валютой (валютные биржи). В последние десятилетия происходили процессы концентрации бирж, сократилось их общее число. Крупнейшие фондовые биржи: в США - Нью-Йоркская, в Великобритании - Лондонская, в Японии - Токийская, в Германии - Франкфуртская. Международными товарными биржами являются: в США - все биржи, расположенные в Чикаго и Нью-Йорке, в Великобритании - Лондонская фьючерсная и опционная биржа, Лондонская биржа металлов, в Японии - все биржи, на которых совершаются сделки с товарами, обращающимися на мировом рынке.

Вторая группа субъектов мирового хозяйства включает: [5,6,7,8]

1. Национальные государства - деятельность органов власти различных стран по обеспечению функционирования экономики и внешнеэкономических связей. Государство может являться собственником средств производства и в этом качестве выступать как непосредственный хозяйствующий субъект (предприятия государственного сектора). Особое место занимают центральные банки, которые выполняют функции эмиссионного, кредитного и расчетного центра страны. Новое в этой области - представление им большей независимости, создание первого наднационального банка - Европейского центрального банка;

2. Различные территории, которые, не будучи суверенными государствами, рассматриваются международными организациями как отдельные субъекты (Гонконг и др.);

3. Субсуверенные образования - региональные и местные органы власти, выходящие на мировой рынок, мобилизующие средства на между народных рынков капиталов;

4. Саморегулируемые организации профессиональных участников различных финансовых рынков и рынков ценных бумаг некоммерческие организации, в задачи которых входит обеспечение условий профессиональной деятельности, защита интересов клиентов, соблюдение стандартов профессиональной этики;

5. Союзы предпринимателей объединения с целью представления их интересов в правительственных органах и оказания им содействия в 18 организации международной деятельности. Широкое распространение получили международные ассоциации предпринимателей, объединяющие отраслевые национальные союзы различных стран;

6. Торговые палаты - частные объединения предпринимателей в целях содействия развитию торговли и сбыта. Они подразделяются на местные,

национальные, заграничные организуемые национальными палатами одной страны на территории другой, смешанные создаваемые национальными организациями двух или нескольких стран в целях развития между ними торговли и экономических отношений;

7. Профсоюзы - организации трудящихся, защищающие социально-экономические права и интересы своих членов в отношениях с работодателями и правительством;

8. Мировые экономические и финансовые институты - международные организации, создаваемые для координации деятельности стран в различных сферах мирового хозяйства.

Таким образом, исследование подтверждает, что международный бизнес является не только движущей силой глобальной экономики, но и сферой, в которой обостряются противоречия и формируются новые вызовы. Эффективное развитие в данной сфере возможно лишь при условии активного внедрения инноваций, совершенствования международного регулирования и учета глобальных тенденций устойчивого роста.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Проведённый анализ показал, что международный бизнес прошёл сложный путь исторической эволюции — от зарождения торговли и первых форм трансграничного обмена до современных транснациональных корпораций и цифровых платформ, определяющих структуру мировой экономики. На каждом этапе развития ключевыми факторами конкурентных преимуществ выступали инновации, доступ к ресурсам, организационные формы бизнеса и степень интеграции в международное хозяйственное пространство.

В современных условиях международный бизнес развивается в контексте глобализации и цифровизации, что создает новые возможности для расширения деятельности, но одновременно усиливает конкуренцию и формирует новые вызовы, связанные с усилением протекционизма, торговыми барьерами, геополитической нестабильностью и экологическими ограничениями. Для стран с формирующейся экономикой, в том числе для Узбекистана, актуальными задачами являются интеграция в глобальные цепочки добавленной стоимости, активное привлечение иностранных инвестиций и развитие инновационного потенциала национальных предприятий.

В целях повышения эффективности международного бизнеса целесообразно совершенствовать механизмы государственной поддержки экспортноориентированных отраслей, формировать благоприятный инвестиционный климат, активно внедрять цифровые технологии и инновационные решения, а также развивать государственно-частное партнёрство в реализации международных проектов. Важным направлением также является расширение участия в региональных и международных интеграционных объединениях, что позволит укрепить позиции страны на мировых рынках и обеспечить устойчивое развитие в условиях глобальной конкуренции.

Таким образом, можно сделать вывод что, международный бизнес является неотъемлемым фактором экономического и социального развития стран. Он имеет значимую предысторию, ценную для аналитического подхода в сфере бизнеса, для выявления ошибок и проблем предпринимателей древности и средневековья. Сделки, связанные с международным бизнесом, требуют тщательный анализ и глубокое изучение политической, социальной и экономической ситуации стран, их культуры, правовых основ и усердного, делового подхода. Также, международный бизнес – является одним из ключевых аспектов развития государства. Благодаря международному бизнесу складываются положительные последствия (например, создание большего количества новых рабочих мест, приток капитала, освоение новых технологии, навыков и выхода на новые рынки с помощью выпуска ИРО. Международный бизнес имеет высокую доходность как для государства, так и для отечественных и зарубежных компаний).

Корпорации, которые стремятся инвестировать в чужие страны, должны проводить анализ развития капитала, экономической, политической культуры и правовой стабильности государства. Для проведения экспортно - импортных сделок нужно хорошо изучить местный рынок, местную культуру, проанализировать экономико - политическую ситуацию в стране. Так же не маловажное значение играет и поддержка международного бизнеса со стороны государства. Государство должен быть гарантом стабильности и спокойствия, где будут защищены права инвесторов на законодательном уровне. Если страны объединят общие усилия, то в скором времени можно будет наблюдать стабильное отношение в бизнесе и экономический рост между государствами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникеева-Науменко Л.О. RELEVANT PROBLEMS OF INTERNATIONAL BUSINESS. Учебное пособие для магистров по направлению «Экономика», «Менеджмент». – М.: МГУПС (МИИТ), 2015. – 146 с.
2. А.В. Шобанов Л.О. Аникеева-Науменко Международный Бизнес Учебное пособие по дисциплине «Международный бизнес» Москва 2015г., С. 119.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
4. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. – М.: Госполитиздат, 1955. – 420 с.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
6. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 454 с.
7. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 715 с.

8. Козырев А.Н. Международный бизнес: Учебник. – М.: Юрайт, 2021. – 456 с.
9. Чернов В.Г. Международный бизнес: современные тенденции и проблемы развития. – СПб.: Питер, 2020. – 352 с.
10. Вахобов А.В. Инновационная экономика и интеграционные процессы в Узбекистане. – Ташкент: Fan va texnologiya, 2019. – 280 с.
11. Хакимов Ш.Ш. Развитие внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан: современные вызовы и перспективы. // Журнал «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар». – 2021. – № 3. – С. 45–56.
12. Абдуллаев Х.Т. Международный бизнес и инвестиции: опыт и перспективы для Узбекистана. – Ташкент: ТГЭУ, 2022. – 198 с.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Ingliz tili muharriri:

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Rus tili muharriri:

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Musahhah:

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, sentyabr, 9-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**