

Выгода для банков — управляющих платформами краудинвестинга включает рост количества и диверсификацию клиентов; получение дополнительных источников доходов (посредством взимания платы за обслуживание платформы, предоставление консультационных услуг компаниям-эмитентам и инвесторам, увеличения количества и объема сделок на вторичном рынке ЦБ) и т.д.

Выгода компаний, которые обратятся к банкам, управляющим платформами краудинвестинга, в поисках финансирования, заключается в профессиональной экспертизе жизнеспособности проекта и инструментов финансирования (долговых ЦБ или акций); владении и обслуживании всех счетов в одном учреждении (банке).

Выгода для потенциальных инвесторов включает: уверенность в жизнеспособности проекта и соответственно в получении ожидаемой прибыли; обслуживание в рамках одного учреждения, что позволит снизить затраты; возможность преобразования ЦБ в денежные средства путем продажи на вторичном фондовом рынке, используя один и тот же банк (большинство банков являются посредниками на фондовом рынке).

Выгода для национального фондового рынка состоит в увеличении количества и объема эмиссий акций; диверсификации ЦБ, обрабатываемых на рынке (вследствие потенциального выпуска долговых корпоративных ЦБ); повышении информационной прозрачности; увеличении объемов сделок на вторичном рынке и, как следствие, в повышении ликвидности внутреннего рынка капитала, что является одной из задач, определенных в Национальной стратегии «Молдова 2020».

С учетом указанных выгод, по мнению автора, коммерческим банкам и таким госучреждениям, как НКФР и НБМ, следует проанализировать целесообразность внедрения платформ краудинвестинга в Республике Молдова и обеспечить их внедрение путем модернизации соответствующей нормативно-правовой базы.

*О. В. Рыжанкова, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ КАК ПОТЕНЦИАЛ ДОСТИЖЕНИЯ ДОГОВОРЕННОСТЕЙ В СРЕДЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Рост многообразия субъектов международного бизнеса по мере глобализации экономики все более выявляет различие их статусных и экономических позиций и все чаще сопровождается противоречиями в процессе налаживания ими деловых отношений между собой. В особенности это сказывается в ходе сохранения уже достигнутых договоренностей и исполнения заключенных сделок. Происходит некое

ослабление человеческого общения, вплоть до потери восприимчивости людьми друг другом и разрыва отношений.

Между тем необходимость широкого взаимодействия в хозяйственной деятельности в условиях глобализации требует все большего взаимопроникновения в культурные, национальные и иные особенности, которые не в состоянии нивелировать даже общие международные интересы бизнеса. Вполне объективно создается ситуация, когда субъекты международного бизнеса являются по сути и субъектами деловых культур. Причем не с одной и другой стороны, а одновременно, ибо это комбинирование предопределяется рынком, а точнее, бизнес-коммуникациями на международном рынке.

Речь идет о том, что сами масштабы сделок и их объемы требуют роста затрат на обеспечение взаимодействия во избежание компрометации себя и потери рынков из-за неподготовленности переговоров и экономии на обучении менеджеров. Окупаемостью этих затрат можно считать возможность долгосрочного сотрудничества в сравнении с краткосрочными сделками.

В этом контексте деловые культуры международного бизнеса все более предстают как комбинированные производственные ресурсы, как потенциал ведения бизнеса, как фактор, с помощью которого возможно создавать и удерживать конкурентоспособные экономические отношения и социальные связи в их тесном единстве и взаимодействии между собой.

Следует заметить, что игнорирование данного единства превращает представителя международного бизнеса в объект воздействия деловой культуры партнера, что в конечном счете выльется в снижение репутации и значимости в деловом мире, а это уже может оказаться сродни плохой кредитной истории.

Дело еще, видимо, и в том, что сам по себе рынок, дистанцирующийся от ценностей традиционного общества (демократии, соблюдения прав человека, уважения к человеку и прочего), не в состоянии создать и сохранить преимущества социального взаимодействия. А по мере их убывания в развитии международного бизнеса доминирующие становятся те ценности, которые как раз и обуславливают отрицательное содержание рыночной экономики, когда выгода становится выше закона и правопорядка, когда нужная власть покупается и контролируется оплатой средств, формирующих общественное мнение, когда финансовый капитал самозамыкается в своем обороте, господствуя и самовозрастая уже вне всякой связи с экономикой.

Не трудно заметить, что данные отрицательные предпосылки присутствуют в международном бизнесе практически всегда и при любых обстоятельствах, нарастая по мере увеличения масштабов рыночного хозяйствования. Это тем более требует и позволяет говорить, что положительные стороны рыночной системы могут эффективно воплощаться лишь при наличии определенных усилий со стороны субъектов международного бизнеса, каковыми можно считать и те, которые необходимы для овладения и проявления деловой культуры.