

# ГЛОССАРИЙ

*FATCA, Foreign Account Tax Compliance Act* — закон «О налогообложении иностранных счетов», принятый в США в 2010 г. как часть закона «О стимулах по восстановлению занятости» и требующий предоставления всех данных обо всех финансовых активах и операциях налоговых резидентов США.

*HR — бизнес-партнерство* — концепция солидарной и совместной работы специалистов по управлению персоналом и представителей топ-менеджмента организации с целью приведения HR-функций в соответствие со стратегическими целями организации.

*Treaty shopping* — использование отдельных условий межгосударственных налоговых соглашений для получения налоговых выгод за счет выбора путей перенаправления (маршрутизации) дохода, возникающего в одном государстве, лицу — резиденту другого государства через промежуточное государство для получения налогового преимущества по налоговым соглашениям.

*Агрессивное налоговое планирование (Tax avoidance)* — стремление минимизировать налоговые обязательства благодаря точному соблюдению закона (следуя букве закона, но вопреки духу закона), без преднамеренного обмана (without deliberate deception).

*Адаптация* — предполагает усилия компании по внесению изменений в характеристики товара, исходя из учета влияния факторов внешней среды целевой страны.

*Анализ PEST* — охватывает элементы внешней среды — политические, экономические, социальные и технологические (PESTLE добавляет правовые / нормативные и экологические / окружающей среды).

*Анализ пяти сил Портера* — анализ привлекательности отрасли и конкуренции через рыночную власть покупателей и поставщиков, а также угрозы товаров-заменителей и новых участников рынка.

*База знаний* — семантическая модель, описывающая предметную область и позволяющая отвечать на такие вопросы из этой предметной области, ответы на которые в явном виде не присутствуют в информационном поле.

*Бенефициарным владельцем* является физическое лицо, которое в конечном счете прямо или косвенно — через третьих лиц, в том числе через юридическое лицо, нескольких юридических лиц либо группу связанных юридических лиц — владеет (т. е. имеет преобладающее участие более 25 % в его капитале) клиентом — юридическим лицом либо прямо или косвенно контролирует действия клиента, в том числе имеет возможность определять решения, принимаемые клиентом.

*Бератор* (нем. — «советник») — особым образом структурированное электронное или печатное издание с заменяемыми страницами, в котором читателю легко находить нужные ему сведения и удобно воспринимать информацию. Каждый бератор посвящен какой-либо теме, по которой он содержит абсолютно полную информацию.

*Бизнес-аналитики системы* (*Business Intelligence, BI*) — аналитические системы, которые объединяют данные из различных источников информации, обрабатывают их и предоставляют удобный интерфейс для всестороннего изучения и оценки полученных сведений.

*Бизнес-процесс* (*Business process*) — упорядоченная совокупность взаимосвязанных структурированных работ, операций или мероприятий, обеспечивающая выполнение некоторой конкретной услуги или создание продукта для конкретных потребителей.

*Большие данные* (от англ. *Big Data*) — группа технологий и методов производительной обработки очень больших объемов данных, в том числе неструктурированных, в распределенных информационных системах, обеспечивающих организацию качественно новой полезной информацией.

*Браунфилд* (*brownfield*) *инвестирование* — вложение в развитие существующих производственных площадок, с использованием имеющихся административных зданий и инфраструктуры, с подведенными промышленными коммуникациями.

*Брендинг* — совокупность видов деятельности компании, нацеленных на достижение долгосрочного предпочтения потребителей к ее бренду (брендам).

*Валютная оговорка* — условие в международном торговом, кредитном или другом соглашении, оговаривающее пересмотр суммы платежа пропорционально изменению курса валюты оговорки с целью страхования сторон по контракту от риска изменения валютного курса.

*Валютная позиция* — это соотношение требований и обязательств хозяйствующего субъекта в определенной валюте.

*Валютно-курсовой риск* — это вероятность потерь или недополучения прибыли по сравнению с планируемыми величинами, связанная с колебанием валютного курса.

*Вероятность* — потенциальная возможность реализации событий, представляющих риск отмывания нелегальных доходов.

*Вертикальная интеграция* — слияние стадий производства в единой организационной структуре, которая способна обеспечить контроль и ускорение всего процесса производства.

*Виртуальная команда* — это группа людей, осуществляющих согласованную деятельность из разных географических точек с использованием средств виртуальных коммуникаций.

*Внешний аудит* (*Public accounting*) — исследование финансовой информации и поддержка учетной системы компаний-клиентов с тем, чтобы финансовые отчеты клиентов достоверно представляли их финансовые результаты.

*Внутренний аудит (Internal auditing)* — это область эккаунтинга, посвященная проверке систем и транзакций компании с целью выявления слабых сторон системы контроля, обнаружения мошенничества, потерь и неэффективного менеджмента, предоставления отчета об этих недостатках менеджменту компании.

*Внутренний контроль* — система корпоративного управления, целью которой является контроль над процессом реализации управленческих решений и получение обратной связи контролирующим органом.

*Вторичная информация* — информация, полученная в результате обработки первичной информации (аналитические прогнозы, обзоры и т. д.).

*Вторичные данные* — это информация, которая уже была собрана ранее для решения других задач, но которую можно частично использовать и для решения текущих задач.

*Выгодоприобретатель клиента* — это лицо, не являющееся непосредственно участником коммерческой транзакции, к выгоде которого действует клиент, в том числе на основании агентского договора, договоров поручения, комиссии и доверительного управления, при проведении операций с денежными средствами и иным имуществом.

*Глобализация* — процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции и унификации.

*Глобальная цепь поставок* — организационная структура, позволяющая на уровне всей корпорации увязать в единую систему закупочную, логистическую, производственную и дистрибуционную деятельность.

*Глокализация* — управленческий подход международных компаний, сочетающий глобальное мышление и локальное действие: глобальный анализ возможностей и преимуществ различных территорий приводит к территориально-ориентированной разработке плана действий на выбранном рынке с учетом местных требований и условий.

*Горизонтальная интеграция* приводит к экономии от масштаба за счет более полной и регулярной загрузки производственных мощностей (economies of scale) или к экономии от устранения дублирования процессов или более широкого использования знаний и интеллектуальной собственности (economies of scope).

*Гринфилд инвестиции* — создание нового объекта «с нуля»; разработка неиспользуемых земель в неразвитых районах и строительство всех необходимых зданий и сооружений, подведение коммуникаций и т. п. для нового бизнеса.

*Диверсификация риска* — метод переноса риска путем приобретения активов с разной степенью риска.

*Дисконтирование денежного потока (DCF, discounted cash flow)* — расчет приведенной стоимости проекта по ставке дисконтирования.

*Дистрибуция продукции международной компании* — действия по физическому перемещению продукта от производителя к покупателю, формирующие добавленную стоимость товара через обеспечение его наличия в нужном месте любой точки мира в требуемые сроки.

*Дистрибутор* — компания, которая является торговым посредником, осуществляющим функции товародвижения от производителя к конечному потребителю. Может предоставлять услуги клиентам по хранению, доставке, кредитованию.

*Евровалюта* — валюта, которая размещена на счетах (депозитах) в иностранных банках и используется для международных операций за пределами страны-эмитента этой валюты.

*Емкость рынка (Market capacity)* — величина реального спроса в определенный период при данном объеме товарного предложения и уровне цен. Измеряется в натуральных и денежных единицах.

*Жизненный цикл товара (Product life cycle)* — модель, которая разработана Раймондом Верноном, дополняющая теорию Хекшера — Олина для объяснения специфики международной торговли. В основе модели лежит предположение, что товар обращается на рынке определенный период времени, в течение которого он проходит четыре стадии жизненного цикла: внедрение, рост, зрелость и упадок.

*Запасы* — это потоки сырья, материалов, полуфабрикатов и готовой продукции, которые движутся от поставщиков через этапы производства в сети дистрибуции и служат выполнению финансовых и стратегических целей компании.

*Защитные оговорки* — договорные условия, включаемые в соглашения и контракты, предусматривающие возможность пересмотра цены контракта в процессе их исполнения в целях страхования валютных, кредитных и других рисков.

*Инвестирование* — создание новой или коренное изменение существующей технологической цепочки создания ценности с привлечением новых или дополнительных ресурсов.

*Инклюзия* — система деятельности международного менеджмента, направленная на формирование уверенного в своей ценности и востребованности сотрудника, с целью наиболее эффективного использования его уникальных особенностей в интересах организации.

*Иностранные инвестиции* — вложение ресурсов в зарубежные активы, как правило, в долгосрочной перспективе. Российское законодательство дает следующее определение: «вложение иностранного капитала в объект предпринимательской деятельности на территории РФ в виде объектов гражданских прав, принадлежащих иностранному инвестору, если такие объекты гражданских прав не изъяты из оборота или не ограничены в обороте в РФ в соответствии с федеральными законами, в том числе денег, ценных бумаг (в иностранной валюте и валюте РФ), иного имущества, имущественных прав, имеющих денежную оценку исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальную собственность), а также услуг и информации».

*Инпатриант* — сотрудник дочерней компании, перемещаемый в страну размещения головного офиса.

*Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМС)* — единая многоканальная синхронизированная система, ориентированная на установление отношений с целевой аудиторией.

*Интеллектуальная собственность компании* — совокупность разработанного, систематизированного знания о создании продукта.

*Интернет вещей* (от англ. *Internet of Things, IoT*) — концепция физических предметов («вещей»), оснащенных встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой, рассматривающая организацию таких сетей как явление, способное перестроить экономические и общественные процессы, и исключющее из части действий и операций необходимость участия человека.

*Информационно-коммуникационная технология, ИКТ (Information and Communication Technology, ICT)* — совокупность методов, производственных процессов, программно-технических и лингвистических средств, интегрируемых с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования информации в интересах ее пользователей.

*Информационные ресурсы международного бизнеса* — экспертные знания, отдельные документы, отдельные массивы документов, а также документы и их массивы, составляющие базы и банки данных, базы знаний, библиотеки, архивы, фонды, информационные системы и другие системы в области международного бизнеса, которые удовлетворяют функциональным потребностям и запросам потребителей информации в разных регионах присутствия международной компании.

*Информационные ресурсы* — это отдельные документы и массивы документов в информационных системах.

*Информационный поиск* — процесс нахождения, отбора и выдачи определенной заранее заданными признаками информации (в том числе документов, их частей и/или данных) из массивов и записей любого вида и на любых носителях.

*Квалификационные требования к должностям* — единые профессиональные и иные требования, предъявляемые к претендентам на ту или иную должность. Они определяют степень и уровень профессиональной подготовленности работников к определенному виду деятельности.

*Клиент (контрагент)* — это физическое или юридическое лицо, иностранная структура без образования юридического лица, индивидуальный предприниматель или иное лицо, с которым фирма вступает в контрактные взаимоотношения на разовой основе либо в деловые взаимоотношения, предполагающие длящийся характер отношений.

*Ключевая компетенция* — гармоничное сочетание ресурсов и навыков, которые отличают компанию на рынке. Критерии ключевой компетенции: обеспечивает потенциальный доступ к большому разнообразию рынков; вносит значительный вклад в предполагаемые преимущества для клиента конечного продукта; трудно тиражируема.

*Компетентность* — наличие знаний и опыта, необходимых для эффективной деятельности в заданной предметной области.

*Компетенции* — личностные качества и способности, а также профессиональные навыки, необходимые сотруднику для успешного выполнения своих должностных обязанностей.

*Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) (Marketing mix)* — набор маркетинговых средств, определенная структура которого обеспечивает решение маркетинговых задач на целевом рынке. К числу средств комплекса маркетинга («4P») относятся: Продукт (Product); Место (Place); Цена (Price); Продвижение (Promotion).

*Конкурентоспособность товара (Product competitiveness)* — преимущества товара на рынке, способствующие его успешной продаже в условиях конкуренции.

*Контроллинг* — внедрение метода принятия решений и использование обратной связи таким образом, чтобы цели и специфические стратегические планы фирмы оптимально достигались.

*Конъюнктура рынка* — совокупность условий, определяющих фактически складывающиеся соотношения между спросом и предложением на рынке.

*Корпоративная информационная система, КИС (Enterprise Information System, Corporate Information System)* — 1. Информационная система, автоматизирующая значительную часть бизнес-процессов, составляющих деятельность предприятия (организации). 2. Информационная система, пользователями которой может быть ограниченный круг лиц, определенный ее владельцем или соглашением пользователей этой информационной системы.

*Легализация доходов, полученных преступным путем* (чем по сути и является отмывание денег), — это фактическое внедрение «грязных» денег в финансовую систему.

*Маркетинговая информационная система (Marketing information system)* — совокупность приемов, методов, организационных и технических средств для систематического накопления, анализа и передачи информации, используемой при принятии маркетинговых решений.

*Матрица БКГ* — инструмент стратегического анализа и планирования, включает в себя портфельные решения о том, какие бизнес-единицы сохранить, а от каких избавиться в период международной рыночной экспансии.

*Международная передача технологий* — это совокупность экономических отношений между фирмами различных стран в области использования зарубежных научно-технических достижений.

*Международная сегментация рынка* — процесс идентификации сегментов потенциальных потребителей в виде группы стран или групп индивидуальных покупателей, имеющих одинаковые характеристики, общие потребности и которые с высокой долей вероятности продемонстрируют похожее потребительское поведение при покупке.

*Международная среда* — совокупность экономических, социально-культурных, политико-правовых и других условий, процессов, факторов, влияющих на развитие международного бизнеса.

*Международная стандартизация* — совокупность организаций по стандартизации и продуктов их деятельности: стандартов, рекомендаций, технических отчетов и другой научно-технической продукции.

*Международное антиналогообложение* — ситуация, в которой компания или лицо одновременно не подпадают под налоговую систему в двух различных странах.

*Международное двойное налогообложение* — одновременное обложение в двух или более странах одного налогоплательщика в отношении одного объекта одним аналогичным налогом.

*Международное налоговое планирование* — формирование плана уплаты налогов на основе выявления возможностей легального снижения налоговой нагрузки на бизнес или на граждан (например, через благотворительность, финансирование НИОКР, инноваций).

*Международные маркетинговые исследования* — систематическое и объективное выявление, сбор, анализ и распространение информации с целью содействия руководству в принятии решений, связанных с выявлением и решением проблем и возможностей в области маркетинга на международных рынках.

*Международный инвестиционный проект* — формализация управленческого решения о совершении прямых или (реже) стратегических портфельных иностранных инвестиций, включающего в себя, помимо содержательных компонентов, локализацию (выбор конкретной территории) и график выполнения по стадиям.

*Международный маркетинг* — осуществление предпринимательской деятельности, которая направляет потоки продуктов и услуг компании для потребителей более чем в одной стране.

*Международный рынок технологий* — обмен знаниями, технологиями между покупателями и продавцами и другими заинтересованными лицами.

*Международный стандарт* — стандарт, принятый международной организацией.

*Международный стратегический менеджмент* — комплексный непрерывный процесс менеджмента, цель которого состоит в формировании и практической реализации стратегий, позволяющих компании эффективно конкурировать на международном рынке.

*Меры экстерриториальности* — действия, предполагающие возможность применения ограничений и санкций не только внутри территориальных границ государства, но и на суверенной территории других государств.

*Многостороннее соглашение (Multilateral Competent Authority Agreement, MCAA) и Единый стандарт отчетности по автоматическому обмену информацией о финансовых счетах (Common Reporting Standard, CRS)* — документы, регулирующие

автоматическую передачу сведений от одного национального государства налоговым («компетентным») органам другого государства.

*Наблюдение* — получение информации об изучаемом объекте путем слежения за выбранными группами существующих или потенциальных клиентов, действиями и ситуациями в естественных условиях.

*Налоговая скидка* как метод устранения международного двойного налогообложения — уменьшение налогооблагаемой базы на сумму уплаченного за рубежом налога; данный режим учитывает налог, уплаченный иностранному государству, как расходы.

*Налоговый зачет* как метод устранения международного двойного налогообложения, налоговый кредит, кредит на уплаченные за рубежом налоги — принцип освобождения стоимости от повторного обложения. При зачете уплаченных за рубежом налогов налогооблагаемая база включает доходы, полученные за границей, но из налоговых выплат вычитаются налоги, уплаченные за границей.

*Налоговый суверенитет* — концепция, согласно которой налоговая юрисдикция является исключительной компетенцией национальных государств.

*Налоговый учет (Tax accounting)* — область, включающая расчеты налогов и сборов в соответствии с налоговым законодательством, а также налоговое планирование.

*Национальный суверенитет* — это исключительное право государства на принятие нормативно-правовых законодательных актов, обязательных к исполнению внутри его границ, верховенство государства во внутренних делах в пределах государственных границ и независимость во внешних, в рамках международных отношений.

*Национальным стандартом* является стандарт, принятый национальным органом по стандартизации и доступный широкому кругу пользователей.

*Несистематический (специфический, диверсифицируемый) риск* — риск, который связан с активностью конкретной компании или проекта; устраняется путем комбинации различных активов.

*Неттинг (неттинг)* — процедура, к которой прибегают многонациональные компании для уменьшения расходов на хеджирование операционного риска. Этот способ базируется на сальдировании входящих и исходящих потоков валюты данной компании.

*Обналичивание денег* — процесс, обратный легализации преступных доходов, предполагающий совершение фиктивных либо притворных сделок, зачастую с использованием подложных документов, при котором финансовые средства предприятий выводятся из легального делового оборота в форме наличных денег.

*Опрос* — один из самых распространенных методов получения первичной информации о потребителях, их вкусах и предпочтениях.

*Организационная компетенция международной компании* — совокупность внутренних ресурсов, включая индивидуальные компетенции персонала, коллективные знания, технологии, инновационные и репутационные ресурсы, использование которых

позволяет сформировать устойчивое во времени конкурентное преимущество на международных рынках.

*Организационная компетенция* — совокупность внутренних ресурсов организации, включая индивидуальные компетенции персонала, коллективные знания, технологии, инновационные и репутационные ресурсы, используя которые организация способна добиваться поставленной цели.

*Открытый доступ* (от англ. *Open access*) — бесплатный быстрый доступ к полным текстам научных и учебных материалов, публикациям рецензируемых научных журналов в режиме реального времени, ориентированный на любого пользователя Глобальной информационной сети.

*Первичная информация* — информация, которая возникает непосредственно в процессе деятельности объекта и регистрируется в первичных документах (документах, созданных непосредственно автором полученной информации).

*Планирование материалов* — процесс, направленный на определение объемов, номенклатуры и сроков поставок всех материалов, компонентов, составных частей и элементов, необходимых для производства готовой продукции согласно имеющемуся производственному плану.

*Поведение потребителей (Consumer behavior)* — ответная реакция потребителей на комплекс условий, формирующих его мотивацию к объекту и целям покупки, времени, месту покупки, организации продаж и сервисному обслуживанию. Рассматриваются действия, непосредственно связанные с приобретением, потреблением товаров и услуг, с распоряжением ими. Учитываются процессы принятия решений, которые предшествуют этим действиям и следуют за ними.

*Повышение результативности и эффективности* — совокупность управленческих процессов (планирования, организации выполнения, контроля и анализа), которые позволяют определять стратегические цели и затем оценивать и управлять деятельностью по их достижению при оптимальном использовании имеющихся ресурсов.

*Позиционирование (Positioning)* — восприятие товарного предложения (или образа предприятия) в сознании целевой группы потребителей относительно товаров (фирм) конкурентов по тем преимуществам и выгодам, которые они могут получить.

*Портфельные иностранные инвестиции* — приобретение ценных бумаг зарубежных эмитентов. Тактические портфельные иностранные инвестиции, как правило, преследуют только цель извлечения прибыли. Существенно отличаются стратегические портфельные иностранные инвестиции, которые реализуются, как правило, с комплексными целями, включая цель осуществлять в той или иной мере контроль над отраслевым рынком, политическими и социальными тенденциями и т. п., т. е. получение иных, кроме прибыли, выгод.

*Последствия* — вред, который может быть причинен проявлением одного из источников риска отмывания денег.

*Потенциал рынка (Market potential)* — возможный объем продаж (спроса), который могут предъявить все потенциальные потребители той или иной продукции.

*Представителем клиента* является лицо, действующее от имени и в интересах или за счет клиента, полномочия которого основаны на доверенности, договоре, акте уполномоченного государственного органа или органа местного самоуправления, законе, а также единоличный исполнительный орган юридического лица.

*Презумпция недобросовестности налогоплательщика* — понятие налогового права, которое переносит на налогоплательщика бремя доказывания своей добросовестности.

*Прогноз продаж* — документ, содержащий информацию об ожидаемых продажах выпускаемой продукции в количественном выражении, представленный во временном разрезе и в разрезе количества и территориального размещения точек дистрибуции и конечных точек реализации.

*Продвижение (Promotion)* — создание и поддержание постоянных связей компании с рынком для информирования, убеждения и напоминания о своей деятельности с целью активизации продажи товаров и формирования положительного образа (имиджа) на рынке.

*Продуктовая линия* — ассортиментная группа товаров, входящая в товарную группу компании.

*Производственная стратегия* — это долгосрочная программа использования производственных мощностей, принятая в рамках каждого отдельного подразделения компании и позволяющая достичь наиболее эффективного управления производственными ресурсами.

*Прямые иностранные инвестиции* — приобретение или создание новых активов за рубежом.

*Психографический метод сегментации (Values, Attitudes and Lifestyles (VALS))* — модель сегментации для изучения ценностей и умонастроений, которые мотивируют поведение потребителей. В основе данной модели используются два критерия разделения потребителей на группы: мотив покупки и проявляемые черты характера.

*Распределительный метод устранения международного двойного налогообложения* — принцип освобождения конкретных объектов от налога или освобождения с последовательностью в конкретном государстве. В рамках межгосударственных договоров страны распределяют между собой категории объектов и доходов, подпадающих под налоговую юрисдикцию каждой страны: государство отказывается от обложения объекта или дохода, если этот объект или доход облагается в другой стране.

*Реклама (Advertising)* — процесс распространения информации, имеющей целью продвижение продуктов, услуг или идей определенного заказчика без его непосредственного участия, но за его счет.

*Рекламация* — претензии покупателя к заказчику или изготовителю продукции в связи с выявленными в ней дефектами, некомплектностью, оформленные соответствующими

актами. Содержит требование по устранению выявленных недостатков или возмещению причиненного ущерба.

*Рекомендательные системы* — системы, основанные на предсказании того, какие объекты будут интересны пользователю.

*Риск-менеджмент* — систематический процесс определения риска, его оценки, выбора метода управления, реализации этого метода и анализа проведенных действий.

*Риск-ориентированный подход* — подход, основанный на оценке риска.

*Сбор информации* — установление сведений, получаемых в целях идентификации клиента (юридического или физического лица), представителя клиента, выгодоприобретателя и бенефициарного владельца, а также подтверждение достоверности этих сведений с использованием оригиналов документов и, в определенных случаях, надлежащим образом заверенных копий.

*Сбытовая политика компании в международном маркетинге* — разработка решений о каналах распределения, посредством которых товар доставляется от производителя до потребителя.

*Система планирования и управления ресурсами предприятия, ERP-система (Enterprise Resource Planning, ERP)* — в настоящее время понятие «ERP-система» используется для обозначения различных интегрированных информационных систем предприятия, основными функциями которых являются интеграция корпоративных данных и оптимизация использования имеющихся в распоряжении предприятия факторов производства.

*Систематический (рыночный, недиверсифицируемый) риск* — риск, возникновение которого одновременно влияет на несколько активов.

*Совокупная налоговая нагрузка* — расчетный суммарный объем денежных средств, подлежащих уплате в виде федеральных налогов (за исключением акцизов, налога на добавленную стоимость на товары, производимые на территории РФ) и взносов в государственные внебюджетные фонды (за исключением взносов в Пенсионный фонд РФ) иностранным инвестором и коммерческой организацией с иностранными инвестициями, осуществляющими инвестиционный проект за счет иностранных инвестиций, на момент начала финансирования инвестиционного проекта (ст. 2 Федерального закона РФ «Об иностранных инвестициях»).

*Spin-аут (spin-out)* компании также подразумевает отделение фирмы от материнской, но с сохранением управленческого и финансового контроля со стороны головной компании.

*Spin-офф (spin-off)* компании представляет собой выделение фирмы от материнской компании для последующей разработки, освоения и внедрения на рынок нового продукта или технологии в рамках новой фирмы.

*Спрос (Demand)* — платежеспособная потребность, вынесенная на рынок.

*Стандарт* — документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются параметры продукции, правила осуществления и характеристики процессов проектирования, производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг.

*Стандартизация* — деятельность по установлению правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышение конкурентоспособности продукции, работ или услуг.

*Стандартизация* — предложение зарубежным потребителям товара со схожими характеристиками.

*Стартап* (от англ. *start-up*) — общее название фирмы, компании или проекта, в период нескольких недель или нескольких месяцев осуществляющих операционную деятельность в условиях высокого уровня неопределенности и создающих прототип продукта или услуги.

*Стратегическое планирование международной компании* — определение стратегических целей и ориентиров в условиях оперирования в международной среде в соответствии с временными горизонтами и необходимыми ресурсами, что позволяет не только алгоритмизировать процесс реализации стратегии, но и представить его в вариациях (сценариях).

*Страхование риска* — метод переноса риска, предполагающий уплату определенной суммы денежных средств (страховых взносов) с целью элиминирования потенциальных убытков.

*Страховой фонд* — резерв материальных и денежных средств для покрытия возникающих убытков.

*Территориальный кластер* представляет собой совокупность размещенных на ограниченной территории предприятий и организаций.

*Технологическая политика* — совокупность принципов и действий для обоснования выбора, разработки и внедрения новых продуктов и технологических процессов на ранее освоенных и принципиально новых международных рынках.

*Транзакционный риск* — вид риска в международном бизнесе, возникающий при появлении дебиторской или кредиторской задолженности компании в иностранной валюте в связи с колебанием обменного курса (в период с начала проведения операции до момента поступления денежных средств на расчетный счет).

*Трансляционный риск* — вид риска в международном бизнесе, связанный с изменением финансовых показателей компании при переводе в национальную валюту ввиду колебания обменного курса.

*Трансферное ценообразование как способ ухода от налогов* — метод нелегального перемещения части стоимости налогооблагаемой базы путем занижения или завышения трансфертных цен в страну с более низкими налоговыми ставками.

*Трансферное ценообразование как управленческая практика* — применение условных, фиктивных цен в операциях внутри компании или между тесно связанными компаниями в рамках единого технологического цикла.

*Трудовая функция* — деятельность в соответствии со штатным расписанием, профессией, специальностью с указанием квалификационного уровня; конкретный вид поручаемой сотруднику работы.

*Угроза* (в рамках проведения оценки риска отмывания денег в условиях международной деятельности фирмы) — лицо (или группа лиц), объект или деятельность, характеризующиеся потенциальной возможностью нанесения вреда.

*Уклонение, или уход, от налогов (Tax evasion)* — незаконная неуплата или недоплата налогов, включая преднамеренный обман или сокрытие фактов.

*Упаковка (Packaging)* — составной элемент товара в восприятии потребителя.

*Управление многообразием* — как часть управления человеческими ресурсами — добровольная деятельность организации по управлению группами сотрудников, сформированными по определенному сближающему признаку, в рамках действующей и неформальной организационной структуры посредством продуманной политики и программ по ее реализации.

*Управление человеческими ресурсами (УЧР)* — взаимодействие всех элементов организационно-экономической системы (компании), инициированное менеджментом и направленное на эффективное использование и развитие человеческих ресурсов.

*Управленческий учет (management accounting)* — процесс сбора экономической (в том числе бухгалтерской) информации для внутренней операционной отчетности. Включает также бюджетирование, составление плановых калькуляций и различные инвестиционные расчеты.

*Управленческий учет* — это деятельность, включающая в себя участие в принятии решений, разработку планов и систем менеджмента, оценку финансовых отчетов и системы контроля с целью помощи менеджменту в формулировании и выполнении стратегии организации\*.

*Устойчивая логистика (sustainable logistics)* — концепция управления логистических систем, направленная на снижение экологических и других ущербов, связанных с перемещением товара.

*Уязвимость* (в рамках проведения оценки риска отмывания денег в условиях международной деятельности фирмы) включает в себя области деятельности фирмы, в которых угроза может материализоваться, а также факторы, содействующие или способствующие ее реализации.

*Факторинг* — разновидность посреднических операций, проводимых банками и специальными компаниями, представляющая собой покупку денежных требований экспортера к импортеру и их инкассацию.

\* <http://www.imanet.org/>

*Финансовые санкции* — меры, установленные правительствами или наднациональными организациями с целью изменения поведения широкого круга объектов, начиная с правительств и конкретных отраслей экономики и заканчивая физическими лицами.

*Финансовый (бухгалтерский) учет (Financial accounting)* — подготовка финансовой информации для отчетов, соответствующих требованиям стандартов отчетности, таких как GAAP, HGB, IFRS либо РСБУ.

*Форвардный валютнообменный контракт* — это обязательное для исполнения соглашение между банком и клиентом по покупке или продаже в определенный день в будущем определенной суммы иностранной валюты по курсу, фиксируемому в настоящий момент времени.

*Хеджирование риска* — метод переноса риска, предполагающий ограничение возможности получения дополнительного дохода.

*Целевой рынок (Target market)* — часть рынка, на котором компания сосредоточивает свою маркетинговую деятельность.

*Цена (Price)* — средство донесения до потребителей ценности полезных свойств товара.

*Экспатриант* — сотрудник, работающий в стране, отличной от страны происхождения компании.

*Эксперимент* — метод исследования в управляемых наблюдателем условиях, который может быть также определен как причинно-следственное тестирование рынка.

*Электронная коммерция (e-commerce)* — бизнес-процессы, включающие закупки, продажи, платежи, информационный обмен между продавцами и покупателями.

*Эмбарго* — законодательная мера, применяя которую государство (одностороннее эмбарго), несколько государств (многостороннее эмбарго) или международная организация ограничивают либо приостанавливают экономическую деятельность финансовой операции и торговлю с государством — объектом санкций.