

5. The current state and prospects of trade relations between Ukraine and the European Union: the Visegrad vector / [S. Moroz, L. Nagyova, Y. Bilan, L. Horska, Z. Polakova] // Economic annals-XXI. – 2017. – Vol. 163. – Issue 1–2 (1). – P. 14–21. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V163-03.pdf>.
6. Oklander M. Methodological approaches to logistic risk assessment. Innovativeness and entrepreneurship : [monograph] / M. Oklander // Lublin Politechnik. – 2014. – P. 125–134.
7. RB Rail AS, Open Competition “Study on Rail Baltic / Rail Baltica section “Polish / Lithuanian state border – Kaunas – RRT Palemonas”. 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://railbaltica.org/en/procurement-17>.
8. Simarmata J. Building customer retention in on-line transportation / J. Simarmata, R.B. Ikhsa // Polish journal of management studies. – 2017. – Vol. 15. – № 2. – P. 229–239. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pjms.zim.pcz.pl/files/Building-Customer-Retention-in-On-Line-Transportation.pdf>.
9. Szopiński T.S. The influence of purchase date and flight duration over the dispersion of airline ticket price / T.S. Szopiński, R. Nowacki // Contemporary economics. – 2015. – Vol. 9. – Issue 3. – P. 353–366.
10. Партнерські відносини на ринку B2B та B2C : [монографія] / [Є. Крикавський, З. Люльчак, Я. Циран, І. Петецький]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. – 232 с. – (Серія «Світ маркетингу і логістики»; вип. 11).

УДК 339.944

**Самсонова Л.В.,**

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,  
*Київський національний торговельно-економічний університет*

## **ВИДОВА ТА ГЕОПРОСТОРОВА СТРУКТУРА МІЖНАРОДНИХ КОНТРАКТНИХ ВІДНОСИН**

**Самсонова Л.В. Видова та геопросторова структура міжнародних контрактних відносин.** У статті приведено класифікацію міжнародних контрактних відносин відповідно до характеру взаємовідносин між партнерами, а також модифіковано класифікацію з огляду на притаманні особливості певного виду контрактних відносин. Представлено аналітичний матеріал, що відображає світові обсяги використання контрактних відносин як за видовою структурою, так і за галузевою. Визначено, в яких галузях контрактні відносини породжують найбільший соціально-економічний ефект за такими показниками, як обсяги реалізації продукції, додана вартість та працевлаштування. За окремими видами контрактних відносин проведено аналіз їх геопросторової структури, а також визначено, які саме країни та регіони світу є найбільшими замовниками, а які – виконавцями.

**Ключові слова:** контрактні відносини, ТНК, видова структура КВ, додана вартість, ліцензування, франчайзинг, аутсорсинг, виробництво за контрактом, управління за контрактом, США, Китай, Індія.

**Самсонова Л.В. Видовая и геопространственная структура международных контрактных отношений.** В статье приведена классификация международных контрактных отношений в соответствии с характером взаимоотношений между партнерами, а также модифицирована классификация с учетом присущих особенностей определенного вида контрактных отношений. Представлен аналитический материал, отображающий мировые объемы использования контрактных отношений как по видовой структуре, так и по отраслевой. Определено, в каких областях контрактные отношения порождают наибольший социально-экономический эффект по таким показателям, как объемы реализации продукции, добавленная стоимость и трудоустройство. По отдельным видам контрактных отношений проведен анализ их геопространственной структуры, а также определено, какие страны и регионы мира являются самыми большими заказчиками, а какие – исполнителями.

**Ключевые слова:** контрактные отношения, ТНК, видовая структура КВ, добавленная стоимость, лицензирование, франчайзинг, аутсорсинг, производство по контракту, управление по контракту, США, Китай, Индия.

**Samsonova L.V. Species and geoprostor structure of international contractual relations.** The article provides a classification of international contractual relations in accordance with the nature of the relationship between partners and a modified classification, taking into account the inherent features of a certain type of contractual relationship. The article presents analytical material, reflecting the world scale of the contractual relations' use, both in the specific structure and in the sectoral structure. There were defined areas in which contractual relations generate the greatest socio-economic impact in terms of: the volume of sales, value added and employment. For some types of contractual relations, has been made an analysis of their geospatial structure and determined which countries and regions of the world are the largest customers and which of them are the providers.

**Key words:** contractual relations, TNCs, CR' species structure, value added, licensing, franchising, outsourcing, contract manufacturing, contract management, USA, China, India.

**Постановка проблеми.** Стрімке збільшення використання контрактних відносин (далі – КВ) як інструмента інтернаціоналізації можна пояснити двома обставинами, а саме стратегічними виборами фірми і кількістю сприятливих факторів. Постійна увага акціонерів до показника доходу на вкладений капітал, необхідність зміни важелів управління для фірм в посткризовому світі та можливість уникнення ризиків – все це збільшує привабливість використання КВ разом з низькими стартовими витратами. Чим більше ТНК усвідомлюють необхідність запобігання шокам бізнес-циклу або делегування ринкових ризиків партнеру через контрактні відносини, тим активніше змінюється стратегія розміщення виробничих процесів по всьому світі.

В різних галузях промисловості ТНК схильні фокусуватися на ключових компетенціях, які прискорюють діяльність, екстерналізуючи частини ланцюга створення доданої вартості на інші операції; з огляду на прагнення забезпечити максимальну ефективність на всіх етапах створення доданої вартості в процесі обслуговування зростаючих ринків міжнародні корпорації передають окремі бізнес-функції партнерам по контрактним відносинам, тим самим змінюючи свою структуру виробництва на користь екстерналізації. Таким чином, слід зауважити, що чисельні переваги КВ під час стратегічного вибору фірми суттєвим чином впливають на геопросторову і якісну структуру світового виробництва.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розкриттю окремих аспектів міжнародних коопераційних зв'язків у форматі контрактних угод присвячені розробки таких вчених, як Д. Хоргос, Р. Фіенстр, Г. Хансон, Дж.М. Камп, Л.С. Голдберг, Д. Хуммельс, Х. Егер, Дж. Егер, Т. Шверер та Д. Кастелані. Водночас у фаховій літературі нині залишається дискусійним та потребує більш поглибленої уваги питання методів класифікації та, відповідно, оцінювання масштабів контрактних відносин у системі міжнародної кооперації з виокремленням їх впливу на глобальний економічний розвиток та геопросторовий перерозподіл бізнес-процесів між регіонами світу.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є розкриття сутності видової та геопросторової структури міжнародних контрактних відносин, проведення структурного аналізу КВ та визначення особливостей їх локалізації в країнах світу.

**Виклад основного матеріалу.** Контрактні відносини, відповідно до своєї складності, нелегко піддаються чіткій класифікації, але все ж таки існує найбільш поширена класифікація, яка поділяє контрактні відносини за типом взаємодії між партнерами. Під типом взаємодії експерти ЮНКТАД розуміють договірні взаємовідносини, через які міжнародні компанії, перш за все ТНК, координують діяльність в межах своїх глобальних виробничо-збутових ланцюгів і впливають на управління компаніями приймаючих країн, не беручи участь в капіталі цих компаній [1, с. 127]. Згідно з цією класифікаційною ознакою контрактні відносини поділяються на такі види: підрядне промислове виробництво, аутсорсинг послуг, підрядне сільськогосподарське виробництво (контрактне фермерство), франчайзинг, ліцензування, управління за контрактом, концесії та інші типи договірних взаємин [2, с. 32].

Дослідивши теоретичний і практичний аспект застосування КВ, можемо побачити послідовність, котра вказує на те, що конкретні види контрактних відносин використовуються лише в певних сферах діяльності. Завдяки цьому спостереженню виникла можливість класифікувати контрактні відносини відповідно до їх застосування в певній сфері господарської діяльності: КВ в переробній промисловості – виробництво за контрактом; КВ у сфері надання послуг – франчайзинг, ліцензування; КВ у сільському господарстві – контрактне фермерство; КВ у сфері інноваційних технологій – аутсорсинг послуг; КВ у банківській сфері та страхуванні – управління за контрактом; КВ у добувній промисловості – концесії. Така класифікація пов'язана з тими сутнісними характеристиками та механізмами взаємодії між партнерами, що втілилися в певному виді КВ.

Трансграничні контрактні відносини нині складають близько 2 трлн. дол. США. З цієї суми 1 трлн. дол. припадає на управління за контрактом та аутсорсинг послуг, близько 350–370 млрд. дол. США – на франчайзинг, близько 340–360 млрд. дол. США – на ліцензування, близько 100 млрд. дол. США – на виробництво за контрактом [3; 4; 5]. Крім того, КВ розвиваються стрімкими темпами (табл. 1). Це зростання обумовлене низкою ключових переваг КВ для ТНК: 1) відносно низькі початкові капітальні витрати, які потрібні, і обмежений оборотний капітал, необхідний для функціонування; 2) знижений ризик; 3) гнучкі можливості для адаптації до змін в циклі ділової активності і попиту; 4) використання цих способів для екстерналізації непрофільної діяльності, яка часто може здійснюватися іншими операторами за більш низьких витрат [1, с. 140].

Згідно з табл. 1 ми можемо бачити, що тенденція розвитку окремих видів контрактних відносин є не однорідною, оскільки механізми їх реалізації значно відрізняються один від одного. Світові економічні процеси по-різному впливають на затребуваність тих чи інших КВ. Наприклад, ми бачимо, що в 2015 р. (відповідно до ланцюгового темпу приросту) обсяги франчайзингових операцій зросли на 11%, а контрактне виробництво зменшилося на аналогічний показник, тобто відбулася різка зміна структури контрактних відносин.

Справді, оцінити адекватно та порівняти франчайзингові операції з контрактним виробництвом досить складно, оскільки до суми франчайзингових операцій включаються як і продажі пакета франшизи, так і франчайзингові потоки, які за своєю природою можуть бути неоднорідними за обсягами та часовим лагом. Виробництво за контрактом визначається як сума платежів, отриманих підрядником від замовника одноразово або декількома траншами, також валютою контракту може виступати сам товар. Проте, як свідчать статистичні дані та тенденції коопераційних взаємин, франчайзинг набуває все більшої привабливості як метод реалізації бізнес-інтересів через форму КВ, ніж виробництво за контрактом.

Аналізуючи першопричини цього факту, можна виокремити дві основні переваги франчайзингу: по-перше, за франчайзером залишається право контролю над діями франчазі, а по-друге, стандартна франшиза дає право на дохід у вигляді обумовленого від-

сотка від обігу франчазі. За схемою контрактного виробництва можливість контролю майже відсутня, а також виникає ризик викрадення інтелектуальної власності. Нескладно припустити, що на наступні роки тенденції в розрізі видів КВ будуть зберігатися, до того ж збережеться факт їх неоднорідності. Структура міжнародних контрактних відносин представлена на рис. 1.

Найбільшу частку з 2010 по 2016 рр. мають управління за контрактом та інші бізнес-послуги, що складає в середньому за 6 років 56% від загального обсягу КВ. На всі інші види КВ, а саме ліцензування, франчайзинг, контрактне виробництво та аутсорсинг, припадає в середньому 44%. Слід зазначити, що щорічна зміна структури КВ є незначною, але в 2014 та 2015 рр. від-

булося помітне зрушення структури на користь аутсорсингу та франчайзингу.

Виробництво за договором як вид КВ можна оцінити за такими показниками: обсяги торгівлі, створені КВ, додана вартість, обсяги експорту та кількість працевлаштованих осіб загалом і в країнах, що розвиваються, в розрізі окремих галузей зокрема. Тим паче, що інші види контрактних відносин мають значний вплив на окремі індикатори розвитку країн, наприклад франчайзинг – створення робочих місць в країнах, що розвиваються. Аналізуючи основні індикатори КВ, можна виявити різницю залежно від галузі їх застосування. Обсяги торгівлі, додана вартість та обсяги працевлаштування в технологічно інтенсивних галузях, таких

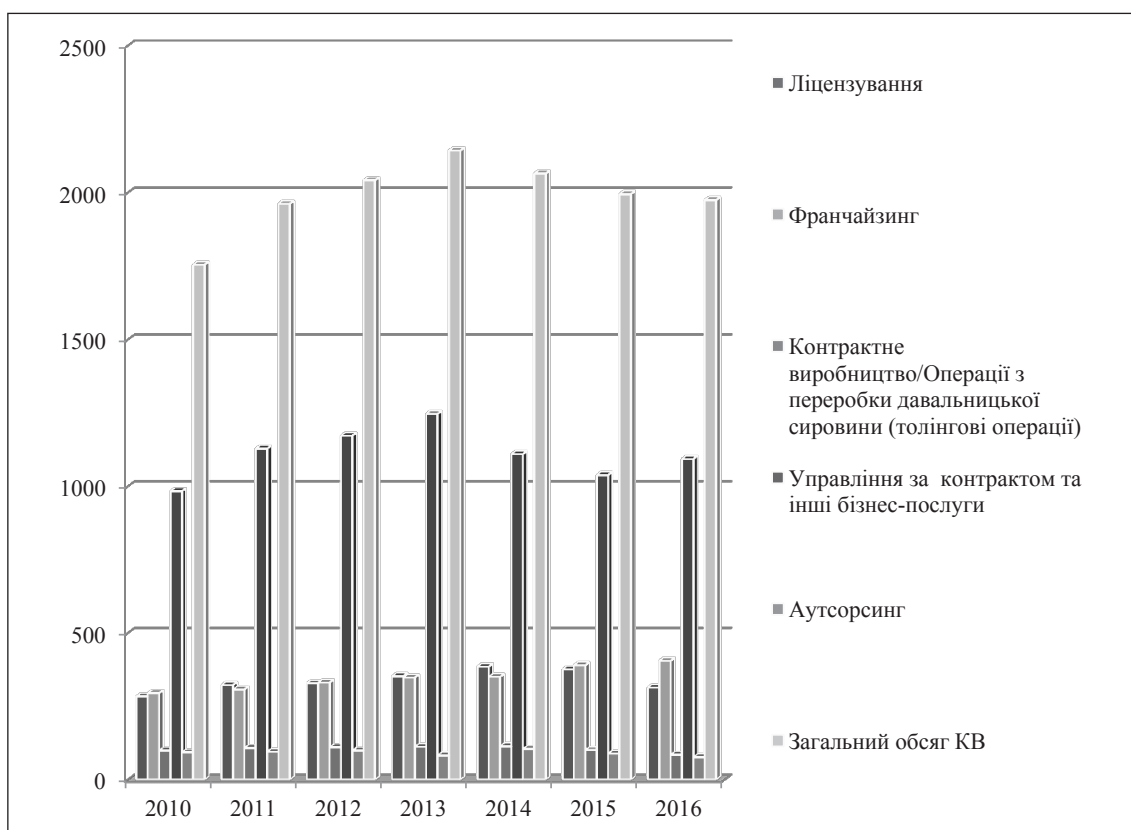


Рис. 1. Структура контрактних відносин за 2010–2016 рр., млрд. дол. США [5; 7]

Таблиця 1

Динаміка контрактних відносин в розрізі їх видів, 2011–2016 рр.

Показники	ТП базисний до 2010 р., %						ТП ланцюговий, %					
	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Ліцензування	14	16	25	36	33	11	14	2	7	9	-2	-16
Франчайзинг	4	12	18	19	32	37	4	8	5	1	11	4
Контрактне виробництво/ операції з переробки давальницької сировини (толінгові операції)	9	11	13	15	2	-14	9	2	1	2	-11	-16
Управління за контрактом та інші бізнес-послуги	15	19	27	13	6	11	15	4	6	-11	-6	0,5
Аутсорсинг	2	6	-11	12	-5	-17	2	4	-16	26	-15	-13
Разом	12	16	22	18	14	12	12	4	5	-4	-3	-1

Джерело: складено автором на основі джерел [3; 4; 5; 6]

як електроніка, автомобільні комплектуючі та фармакологія, де виробництво зосереджено в руках декількох великих міжнародних компаній, відрізняються від показників традиційних працеінтенсивних галузей, таких як виробництво одягу, взуття та іграшок, де зосереджена велика кількість малих і середніх підприємств.

В автомобільній галузі виробництво за договором охоплює 30% від глобального експорту автомобільних комплектуючих та четверту частину від кількості працевлаштованих осіб. В галузі електроніки виробництво за договором займає ще більшу частину в показниках торгівлі та працевлаштування. В працеінтенсивних галузях виробництво за контрактом відіграє ще більш важливу роль, ніж в будь-яких інших.

В таких галузях, як виробництво автомобільних комплектуючих, виробництво електроніки, призначеної для персонального користування, виготовлення одягу, готельний бізнес та ІТ, торгівля через механізми контрактних відносин складає значний відсоток від загального обсягу (табл. 2) [8].

Контрактні відносини за своєю сферою поширення та з огляду на особливості реалізації їх механізмів в господарській діяльності виявляються через складні, часто взаємопов'язані та переплетені форми співпраці. До них перш за все відносять таку давно відому форму взаємовідносин, як виробництво за контрактом (договором) (аутсорсинг, або переробка давальницької сировини).

Контрактні відносини у формі виробництва за договором широкі та далекосяжні за своїм масштабом.

Вони пов'язують між собою широко поширені операції великої кількості провідних ТНК світу. Більша частина цих процесів в рамках міжнародного інтегрованого виробництва протікає в межах транснаціональних операцій ТНК, які виявляються більшою мірою через внутрішньо-фірмову торгівлю. Проте виробництво за договором (або підрядне виробництво) почало набувати сильного поширення лише в минулій декаді нашого століття, а саме відтоді, як ТНК почали використовувати мережеві форми виробництва [11, с. 154].

Значущість виробництва за договором як для України, так і для світової економіки підкреслюється ще й тим, що темп росту його використання в певних галузях більший від темпу росту самої галузі (рис. 2). Для більшої наочності на рис. 2 зображені саме ті галузі, в яких найінтенсивніше використовуються контрактні відносини у формі виробництва за договором.

У галузі електроніки в 2014 р. приріст склав лише 2,6%, при цьому використання виробництва за договором в цій галузі зросло на 15%. В легкій промисловості, а саме у сфері виготовлення одягу приріст виробництва за договором лише на декілька процентних пунктів перевищив приріст галузі. Така тенденція обумовлена тим, що виробництво одягу досить давно використовує підрядне виробництво, а ринок є насиченим і висококонкурентним.

Використання підрядного виробництва помітно варіюється між галузями. Наприклад, такі види діяльності, як виготовлення іграшок та спортивних товарів, електроніка та автомобільна галузь, є основними

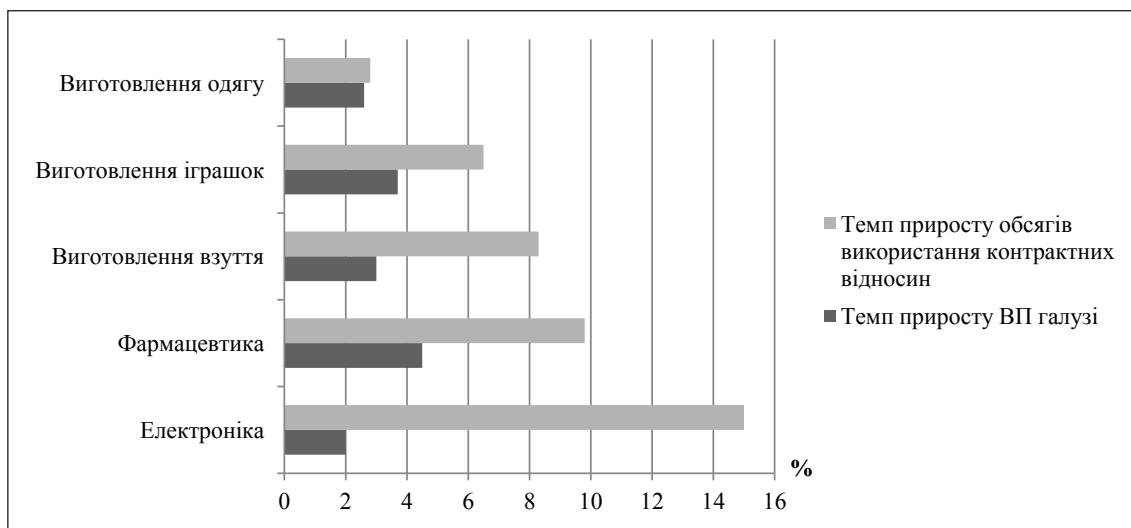
Таблиця 2

**Показники обсягів та структури міжнародних контрактних відносин в розрізі окремих галузей, середньорічні значення за 2010–2015 рр.**

		Показники			
		Продажі, млрд. дол. США	Додана вартість, млрд. дол. США	Працевлаштування, млн. осіб	Працевлаштування в країнах, що розвиваються, млн. осіб
1.	Виробництво за контрактом (технологічно-, капіталомісткі галузі)				
1.1.	Електроніка	58–60	6–10	1,4–1,7	1,3–1,5
1.2.	Автомобільні комплектуючі	53–55	4–7	1,1–1,4	0,3–0,4
1.3.	Фармацевтика	6–8	2–4	0,1–0,2	0,05–0,1
2.	Виробництво за контрактом (трудомісткі галузі)				
2.1.	Одяг	50–52	6–9	6,5–7,0	6,0–6,5
2.2.	Взуття	12–15	2–7	1,7–2,0	1,6–1,8
2.3.	Іграшки	3–5	1–3	0,4–0,5	0,4–0,5
3.	Аутсорсинг послуг				
3.1.	ІТ послуги та аутсорсинг бізнес-процесів	90–100	50–60	3,0–3,5	2,0–2,5
4.	Франчайзинг				
4.1.	Роздрібна торгівля, готельно-ресторанний бізнес та кейтерінг, бізнес та інші послуги	330–350	130–150	3,8–4,2	2,3–2,5
5.	Управління за контрактом (відібрана галузь)				
5.1	Готельний бізнес	15–20	5–10	0,3–0,4	0,1–0,15
			Відсотки	Пов'язана торгівля	Пов'язана додана вартість
6.	Ліцензування				
6.1.	Міжгалузеве		17–18	340–360	90–110

Джерело: складено автором на основі [3; 9; 10]





**Рис. 2. Співвідношення темпів приросту сукупного галузевого виробництва та за договором в окремих галузях, 2014 р. [3]**

користувачами послуг підрядного виробництва, віддаючи на аутсорсинг 50% вартості виробництва від вартості реалізованих товарів. З іншого боку, в таких галузях, як фармацевтика, відносно нещодавно почало використовуватись підрядне виробництво, яке і досі має невеликий відсоток відносно реалізованої продукції [12, с. 27].

Сутність і походження учасників контрактних відносин, географічне поширення операцій в рамках контрактних відносин, їх масштаб та точки концентрації відрізняються залежно від галузі. Наприклад, у сфері електроніки та ІТ-ВРО послуг (інформаційні технології та аутсорсинг бізнес-процесів) ТНК, що є лідерами своєї галузі, сильно поширюють свою діяльність, розміщуючи активи у відносно невеликій кількості локацій по всьому світі, а в таких галузях, як виробництво одягу та взуття, спостерігається полярна ситуація: невеликі фірми розміщують свої активи в низьковитратних локаціях та мають сильне географічне поширення [1, с. 169].

В ІТ та капіталомістких галузях ТНК рідко вдаються до таких форм співпраці, як контрактні відносини. У сфері виготовлення автомобільних комплектуючих, фармакології та ІТ-ВРО компанії з розвинених країн є найбільшими споживачами контрактних відносин, тоді як в електроніці та виробництві напівпровідників превалює змішана ситуація, хоча в країнах, що розвиваються, перевага віддається контрактному виробництву. У разі трудомісткого виробництва ТНК з країн, що розвиваються, виконують роль посередників між провідними ТНК та фірмами, що надають послуги за контрактом, забезпечуючи виробничий процес в глобальних виробничих мережах [13].

З середини 1980-х рр., коли офшори стали однією із найбільш привабливих форм для ПІ, ТНК почали використовувати переваги дешевої, відносно кваліфікованої робочої сили в приймаючих країнах для виробництва та збирання проміжних товарів, які потім поверталися до країни базування. Вже наприкінці 80-х рр., компанії в галузі електроніки почали, так би мовити, позбавлятися від виробничих процесів з метою посилення

концентрації ресурсів на таких процесах, як розробка продуктів, дизайн та бренд-менеджмент. А сам процес виробництва був переданий компаніям, що надавали послуги з виготовлення електроніки.

Сьогодні нараховується невелика кількість великих виробників електроніки, лише 10 компаній належать 2/3 прибутку всього ринку послуг з виготовлення електроніки за договором. Вони працюють майже на всі основні бренди в галузі, починаючи з “Dell” та “Hewlett-Packard” у виготовленні комп’ютерів до “Apple”, “Sony” та “Philips” у виробництві споживчої електроніки. Вартість таких послуг на виробництво електроніки в 2014 р. склала в середньому 321 млн. дол. США [10].

Всі, окрім трьох з десяти компаній, знаходяться в східній Азії, основне ж виробництво сконцентровано в східній та південно-східній Азії, переважно в Китаї (табл. 3). Протягом минулої декади фірми, що надавали послуги з виготовлення електроніки, освоїли й інші регіони (частіше за все шляхом придбання виробничих потужностей у провідних ТНК). Це й перетворило їх на повноцінні ТНК в своєму напрямі. Сьогодні вони володіють та керують сотнями виробництв у країнах, що розвиваються, які знаходяться далеко за межами країни базування, включаючи Бразилію, Індію, Мексику та Туреччину. Окрім цих велетнів в галузі існує велика кількість малих та середніх підприємств, які виникають в локаціях по всьому світі і є важливими учасниками тієї чи іншої локальної виробничої системи [14, с. 33]. Але таким компаніям не вистачає глобальної присутності та наближеності до провідних ТНК в галузі електроніки; проте багато з них виступають як друга чи третя ланка постачальників для великих компаній, що надають послуги за договором.

У галузі електроніки завдяки 10 компаніям, що надають послуги з виробництва за контрактом, працює понад 1 115 тис. осіб, а продажі в рамках цих 10 компаній становили в 2015 р. 237,3 млн. дол. США. Майже такі ж самі цифри показують 10 провідних компаній, що займаються виготовленням автомобільних

**Найбільші учасники контрактних відносин (виробництво за договором) за відібраними галузями, середні показники за 2011–2015 рр.**

Назва компанії	Продажі, млн. дол. США	Кількість працевлаштованих, тис. осіб	Назва компанії	Продажі, млн. дол. США	Кількість працевлаштованих, тис. осіб
<b>Електроніка</b>					
Foxconn/Hon Hai (Taiwan Province of China)	59,3	611	Inventec (Taiwan Province of China)	13,5	30
Flextronics (Singapore)	30,9	160	Jabil (United States)	13,4	61
Quanta (Taiwan Province of China)	25,4	65	TPV Technology (Hong Kong, China)	8,0	24
Compal (Taiwan Province of China)	20,4	58	Celestica (Canada)	6,5	35
Wistron (Taiwan Province of China)	13,9	39	Sanmina-SCI (United States)	5,2	32
Сума				196,5	1 115
<b>Комплектуючі для автомобілів</b>					
Denso (Japan)	32,0	120	LG Chem (Republic of Korea)	31,1	13
Robert Bosh (Germany)	25,6	271	Faurecia (France)	13,0	58
Alsin Selki (Japan)	22,1	74	Johnson Controls (United States)	12,8	130
Continental (Germany)	18,7	148	Delphi (United States)	11,8	147
Magna International (Canada)	17,4	96	ZF Friedrichshafen (Germany)	11,7	60
Сума				196,2	1 117
<b>Фармацевтика</b>					
Catalent Pharma Solutions (United States)	1,6	9	Jubilant Life Sciences (India)	0,7	6
Lonza Group (Switzerland)	1,3	4	NIPRO Corp. (Japan)	0,6	10
Boehringer (Germany)	1,1	6	Patheon (Canada)	0,5	4
Royal DSM (Netherlands)	1,0	4	Fareva (France)	0,4	5
Piramal Healthcare (India)	0,7	7	Haupt Pharma	0,4	2
Сума				8,3	65,3
<b>Виготовлення напівпровідників</b>					
TSMC (Taiwan Province of China)	9,2	26	Dongbu HiTek (Republic of Korea)	0,4	3
UMC (Taiwan Province of China)	2,9	13	VIC (Taiwan Province of China)	0,4	3
Chartered Semiconductor (Singapore)	1,5	4	Tower Jazz (Israel)	0,3	2
Globalfoundries (United States)	1,1	10	Samsung Electronics (Republic of Korea)	0,3	...
SMIC (China)	1,1	10	IBM Microelectronics (United States)	0,3	...
Сума				17,5	71
<b>ІТ-ВРО</b>					
International Business Machines (United States)	38,2	190	NTT Data Corp. (Japan)	8,9	35
Hewlett-Packard (United States)	34,9	140	Computer Sciences Corporation (United States)	6,5	45
Fujitsu (Japan)	27,1	18	Cap Gemini (France)	6,1	109
Xerox (United States)	9,6	46	Dell (United States)	5,6	43
Accenture (Ireland)	9,2	204	Logica (United Kingdom)	5,5	39
Сума				151,6	869

Джерело: розраховано автором на основі джерел [15; 16; 17]

комплектуючих на умовах аутсорсингу чи на давальницькій сировині. На третьому місці за реалізацією знаходиться сфера ІТ-ВРО (151,6 млн. дол. США (продажі 10 найбільших компаній)). Найменші показники

як щодо реалізації, так і щодо працевлаштування у компаній, що працюють у фармацевтичній галузі, а саме 17,5 млн. дол. США становлять продажі, 71 тис. осіб працевлаштовані.

Використання контрактних відносин у сфері виробництва одягу та взуття має довгу історію, особливо для компаній, що знаходяться в країнах, що розвиваються. Якщо говорити загалом, то виробництво за договором є висококонкурентною галуззю, яка відрізняється величезною кількістю малих фірм, що обслуговують відносно обмежену кількість міжнародних брендів та торгових марок. Найбільшими брендами у світовому масштабі є “Adidas” (Німеччина), “Christian Dior” (Франція) та “Nike” (США); найбільшими торговими марками, що працюють у сфері мас-маркету, є “Walmart” (США), “Marks and Spencer’s” (Великобританія); спеціалізовані “Gap” (США) та “H&M” (Швеція). Обсяг ринку контрактного виробництва одягу за величиною продажів становить 58–60 млрд. дол. США, що дещо менше від ринку електроніки (приблизно на 10 млрд. дол. США), при цьому створюючи вдвічі більшу додану вартість. Це, а також кількість працевлаштованих (7 млн. осіб) свідчать про те що, масштаби використання виробництва за договором в легкій промисловості колосальні [18, с. 57].

Договори в цій сфері часто укладаються через агентів або посередників, які фактично є підрядниками, що переросли в постачальників послуг з управління виробничою системою, всотуючи все більше і більше складових виробничого ланцюга (наприклад, дизайн та аутсорсинг) та інколи позбавляючись від основних виробничих операцій. Так трапилося і з компанією “Li & Fung Ltd.”, яка сьогодні має 80 офісів по всьому світі (здебільшого в країнах, що розвиваються) та 12 000 постачальників, що пов’язані договірними відносинами підряду, в 40 економіках, що розвиваються. Деякі постачальники послуг з підряду самі собою є ТНК, але з меншою глобальною присутністю, наприклад виробники з Гонконгу та Індонезії з філіалами в сусідніх країнах з меншою вартістю робочої сили, таких як Камбоджа, Лаос чи Лесото [1, с. 143].

Аутсорсинг не можна назвати абсолютно новим явищем у світовій та вітчизняній бізнес-практиці. Більшість дослідників сходиться на думці, що аутсорсинг є однією з розвинених форм промислової кооперації, який набув поширення і стрімко розвивався у другій половині ХХ століття. Так у Японії, на початку 80-х рр. частка малих фірм, що працюють за аутсорсинговими схемами, склала 65%, причому в електронній промисловості, тобто основній галузі японської економіки, ця цифра досягала 86%.

Згідно з даними “Sign Up for Free Basic Account” світовий ринок аутсорсингу протягом 2000–2012 рр.

поступово зростав, а у 2013 р. порівняно з 2012 р. зменшився на 16,2 млрд. дол., або на 16,35%. Основною причиною зниження вартості ринку була чергова хвиля світової кризи, яка привела до зменшення вартості контрактів на аутсорсинг. В 2014 р. ринок показав значний ріст і досягнув небаченої з 2000 р. позначки в 104,6 млрд. дол. США, що на 25,3% більше від попереднього року. Однак в 2015 та в 2016 рр. обсяг ринку почав стрімко зменшуватися та досягнув позначки 76,9 млрд. дол. США, що дорівнює рівню 2006 р. Динаміку розвитку ринку аутсорсингу в світі наведено на рис. 3.

“ISG” (Information Services Group) надає щорічно статистику кількості і вартості аутсорсингових контрактів у світі (враховуються контракти, річна вартість яких не менше 5 млн. дол. США). У 2016 р. загальна кількість контрактів становила 1 155, що на 2% більше, ніж у 2015 р. Щодо вартості цих контрактів, то у 2016 р. вона збільшилась на 9% і становила 37,4 млрд. дол. США. Статистика свідчить про те, що 69,09% припали на нові контракти, а 30,91% – на реструктуровані. Кількість нових контрактів у 2016 р. зменшилась на 5%, отже, їхня кількість становила 798, а вартість зменшилась на 27% до 11,2 млрд. дол. США порівняно з 2015 р. Кількість реструктурованих контрактів зростає на 22% і становила 357, а їх вартість зменшилась на 2% до 7,5 млрд. дол. США [20].

У 2016 р. найбільші частки припали на контракти у сферах ІТ-аутсорсингу (43,5%), аутсорсингу бізнес-процесів (17,3%) та на хмарних технологій (39,2%). Кількість контрактів ІТ-аутсорсингу зменшилась на 5%, а бізнес-процесів зменшилась на 2%, аутсорсинг же хмарних технологій збільшився на 54% порівняно з 2015 р. Щодо вартості контрактів, то вони зменшились для обох видів: ІТ-аутсорсингу – на 5% до 16,3 млрд. дол. США, а бізнес-процесів – на 2% до 6,5 млрд. дол. США [20].

Згідно з рейтингом THOLONS у 2014 р. перші два місця щодо рівня розвитку аутсорсингу посідала Індія (м. Бангалор і м. Мумбаї), третє – Філіппіни (м. Маніла), у 2012 р. перші три позиції належали Індії. Регіонами, де найшвидше і найкраще розвинений аутсорсинг, є Південно-Східна Азія, Східна Європа і Південна Америка.

У 2015 р. найбільше вплинули на розвиток ринку аутсорсингових послуг такі країни (країни, у яких засновані компанії): США (47%), Індія (21%), Китай (7%), Велика Британія (5%), Росія (4%), Франція (2%),

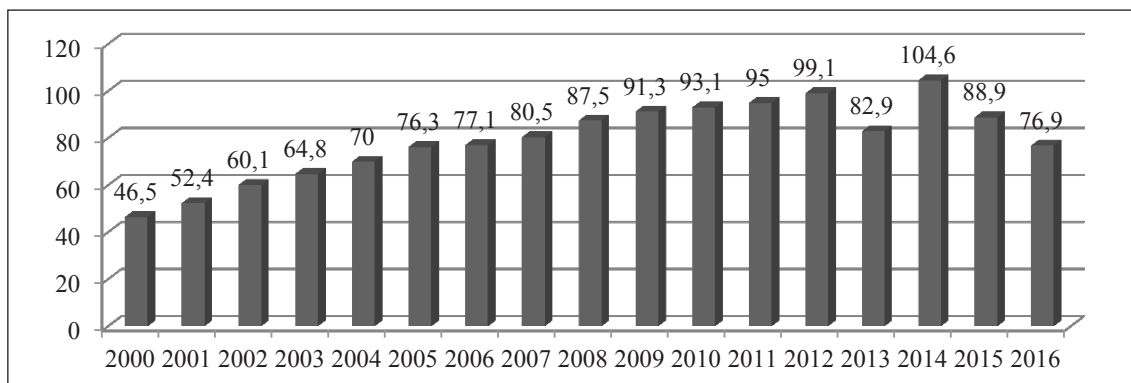


Рис. 3. Обсяг глобального ринку аутсорсингових послуг 2000–2016 рр. [19]

Данія, Ірландія, Мексика, Нідерланди, Бразилія, Філіппіни, Чехія, Швейцарія, Малайзія, Аргентина, Білорусь, Канада, Шрі-Ланка та Швеція (по 1%) [21].

Загальні продажі в рамках франчайзингу в усьому світі в 2014 р. досягли 2,5 трлн дол. США, з яких 330–350 млрд. дол. США відноситься до механізмів контрактних відносин. Частка іноземних франшиз, представлених на ринку тієї чи іншої країни, суттєво відрізняється. На найбільш розвинених ринках частка домашніх франшиз досягає 80–90% від усіх франшиз, проте на деяких зростаючих ринках справа франчайзингу досягла зрілої стадії. В Бразилії, наприклад, закордонна мережа франшиз представлена всього 10% від загальної кількості франшиз, а 10 найбільших і найбільш прибуткових франшиз цієї країни є представниками «домашнього» франчайзингу. Незважаючи на це, саме міжнародні франчазі є рушійною силою в розвитку франчайзингу в країнах, що розвиваються. В більшості африканських країн, за винятком Південної Африки, кількість закордонних франчазі досягає 80% від їх загальної кількості, водночас на зростаючих ринках, таких як Мексика, Російська Федерація та Туреччина, їх частка знаходиться в межах 30–40% [3; 9].

Формула франчайзингу використовується в багатьох секторах і приймає багато різновидів. Найвагомішими секторами економіки, де застосовується франчайзинг, є роздрібна торгівля, ресторанний бізнес (частіше за все ресторани швидкого харчування), готельний бізнес, надання бізнес-послуг, а також інших видів послуг від освітніх до послуг персонального догляду. В розвинених країнах частка послуг з великою доданою вартістю є більшою; в США, наприклад, франчайзинг з надання персональних бізнес-послуг досягає 37% в структурі франчайзингу. Протилежна ситуація спостерігається в країнах, що розвиваються: тут найбільш поширеними є мікрофранчайзинг (бізнес однієї особи) та франчайзинг послуг із низьким вмістом доданої вартості. Наприклад, в Південній Африці основним є франчайзинг ресторанів швидкого харчування з часткою 25%

в структурі франчайзингу, за ним йде з часткою 22% франчайзинг роздрібною торгівлі товарами з низькою доданою вартістю. Схожа ситуація склалася в Індії, де сектор франчайзингу роздрібною торгівлі становить 32%, а франчайзинг ресторанів швидкого харчування складає 16%. Показники міжнародних КВ в розрізі транскордонного франчайзингу представлені в табл. 4.

Найбільші глобальні франчайзингові компанії (продавці франшизи) виникли в розвинених країнах. Майже всі топ-15 глобальних франчайзерів походять зі США, за винятком по одній компанії з Японії, Канади та Великобританії. Більшість цих компаній є мережею фаст-фудів, таких як «McDonald's» (США) та «Pizza Hut» (США). Компанії, які були згадані за межами цієї групи, представляють поширені мережі готелів, включаючи «7-Eleven» (Японія) та «InterContinental» (Великобританія). Глобальна мережа франчайзингу неймовірно сильно поширена за рахунок великої кількості франшиз в країнах, що розвиваються. Наприклад, «KFC» (ресторани швидкого харчування) має франчайзингові представництва в 110 країнах по всьому світі, з яких 75 є країнами, що розвиваються; компанія «Holiday Inn» представляє аналогічну ситуацію, а саме 100 країн, 80 з яких є тими, що розвиваються.

**Висновки.** Незаперечні переваги контрактних відносин, найголовнішою з яких є мінімізація ризиків ведення бізнесу за кордоном, змушує ТНК все частіше віддавати головні і другорядні процеси підрядникам за схемою контрактних відносин. Статистика показує, що з року в рік обсяги оперування КВ знаходяться близько позначки в 2 трлн дол. США й, незважаючи на настаючу хвилю світової кризи, утримують свої позиції як гідна альтернатива прямому інвестуванню. Аналіз показав, що деякі інструменти оперування ТНК є більш затребуваними через їх гнучкість та мобільність, до яких перш за все відносяться управління за контрактом, що в структурі КВ займає більше половини, а також франчайзинг і ліцензування.

Однією з особливостей КВ є те, що певні їх види здебільшого використовуються в певній галузі або

Таблиця 4

Показники міжнародних КВ в розрізі транскордонного франчайзингу, 2015 р.

Регіон/країна	Системи франчайзингу*, од.	Кількість представництв, тис. од.	Продажі, млрд. дол. США	Кількість працевлаштованих, тис. осіб	Питома вага трансграничних представництв в їх загальній кількості, %
Світ	30 000	2 640	2 480	19 940	15
Розвинені країни	12 200	1 310	2 210	12 400	10
Європа	7 700	370	340	2 830	20
Японія	1 200	230	250	2 500	5
США	2 500	630	1 480	6 250	5
Країни, що розвиваються, або перехідні економіки	17 400	1 330	270	7 540	30
Африка	1 600	40	30	550	70
Латинська Америка та Карибські острови	3 800	190	70	1 810	20
Азія	11 200	1 070	170	4 810	25
Південно-Східна Європа	800	30	5	370	50

\* мається на увазі загальна кількість зареєстрованих франшиз, що оперують під однією назвою і в одному форматі, наприклад франчайзингова система «McDonald's»

Джерело: складено автором на основі [22]



сфері послуг, що свідчить про те, що існують найбільш придатні та відточені механізми КВ, що задовольняють конкретну специфіку ведення бізнесу. До цього слід додати, що темп росту використання контрактних відносин в певних галузях більший від темпу росту самих галузей, що свідчить про структурну зміну виробничих процесів. Геопросторова структура КВ засвідчує, що саме розвинені країни є безпосередніми замовниками, а країни, що розвиваються, переважно виступають виконавцями. Дискусійним залишається питання того, хто з них отримує більшу

вигоду, а також якими є стратегічні перспективи таких співпраці. Деякі країни, вплітаючи в канву економічного розвитку контрактні відносини, розробляють цілі програми нівелювання негативних наслідків, тим самим добиваючись для свого виробника рівних умов ведення бізнесу. Проте предмет контрактних відносин залишається новим широким полем роботи для вчених, як теоретиків, так і практиків. Адже КВ – це вже не просто супутнє явище, що доповнює міжнародну бізнес-діяльність, а самодостатня альтернатива у веденні бізнесу.

### Список використаних джерел:

1. UNCTAD (2011d) – WIR17. World Investment Report 2017: Investment and digital economy. New York and Geneva : United Nations.
2. Economic and social upgrading in global production networks: A new paradigm for a changing world / [S. Barrientos, G. Gereffi, A. Rossi] // International Labour Review. – 2011. – № 150. – P. 319–340.
3. Statistical data Organization for economic co-operation and development [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://stats.oecd.org>.
4. Statistical data Intermediate Goods in Trade Statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://unstats.un.org/unsd/tradekb/Knowledgebase/Intermediate-Goods-in-Trade-Statistics>.
5. Statistical data World Trade Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://www.wto.org/english/res\\_e/statistics/wts2016\\_e/wts16\\_chap9\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statistics/wts2016_e/wts16_chap9_e.htm).
6. Statistical data United Nations conference on trade and development [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=17629>.
7. Statistical data Organization for economic co-operation and development [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://stats.oecd.org>.
8. Grossman G.M. Trading Tasks: A Simple Theory of Offshoring / G.M. Grossman, E. Rossi-Hansberg // American Economic Review. – 2008. – № 98:5. – P. 1978–1997.
9. Economic Impact of Franchised Businesses, Vol. IV, September, 2016 // Prepared by PwC for IFA and the Franchise Education and Research Foundation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://www.franchise.org/sites/default/files/Economic%20Impact%20of%20Franchised%20Businesses\\_Vol%20IV\\_20160915\\_0.pdf](https://www.franchise.org/sites/default/files/Economic%20Impact%20of%20Franchised%20Businesses_Vol%20IV_20160915_0.pdf).
10. Statistical data of IAOP [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.iaop.org/Content/23/126/1852/Default.aspx>.
11. Review June: 79–99. Jose Campa & Linda S. Goldberg, 1997. “The Evolving External Orientation of Manufacturing Industries: Evidence from Four Countries”, NBER Working Papers 5919, National Bureau of Economic Research, Inc.
12. Пудриков К.А. Проблематика контрактных отношений в фармацевтических организациях / К.А. Пудриков. – М. : ГОУ ВПО Московская медицинская академия им. И.М. Сеченова, 2010.
13. Международная кооперация производства: основные признаки и виды [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economyweb.org/?p=236>.
14. Vertical Specialization and the Changing Nature of World Trade / [D. Hummels, D. Rapoport, Yi. Kei-Mu] // Federal Reserve Bank of New York Economic Policy.
15. Статистичні дані Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org/ru/databases>.
16. Статистичні дані Конференції Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>.
17. Статистичні дані Організації Об'єднаних Націй з промислового розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unido.org/statistics.html>.
18. Gereffi G. The global apparel value chain, trade and the crisis: challenges and opportunities for developing countries / G. Gereffi, F. Stacey // World Bank Policy Research Working Paper. Washington, DC : World Bank, 2010.
19. The Outsourcing Institute Unveils the Future of Outsourcing: Outsourcing 2.0 / PR Newswire. PR Newswire Association LLC. 2007. HighBeam Research. 17 Nov. 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.highbeam.com/doc/1G1-160150372.html>.
20. IT Outsourcing Review from Central and Eastern Europe The Conference / Business IT Optimization Summit 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.itonews.eu/en/news/news-ukraine/conference-business-it/index.html](http://www.itonews.eu/en/news/news-ukraine/conference-business-it/index.html).
21. Finbarr L. From Global to Local: The Making of Things and the End of Globalisation Profile Books / L. Finbarr. – London, 2017. – 224 p.
22. Franchise Business Economic Outlook [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.franchise.org/research>.