

336.64:338.24

*Маркіна І.А., д.е.н., професор,
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка
Переверзєв Є.В., аспірант,
Кіровоградський національний технічний університет*

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СПОСОБІВ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

В дослідженнях більшості сучасних науковців процес транснаціоналізації розглядається з позиції глобалізації, яка характеризується такими основними ознаками як лібералізація господарського життя, зняття торговельних та інвестиційних бар'єрів, створення спільних економічних просторів та світового ринку товарів і послуг.

Процес транснаціоналізації виробництва як феномен сучасного світового господарства має під собою об'єктивну основу. Економічні процеси транснаціоналізації обумовлені переважно можливістю і необхідністю переливу капіталу з країни, де його відносний надлишок в країні з дефіцитом, де з надлишком є інші фактори виробництва, що не можуть бути ефективно використані в процесах відтворення в зв'язку з нестачею капіталу. Крім того, ці процеси стимулюються потребою в зменшенні ризиків шляхом розміщення капіталу в різних країнах, а також намаганням наблизити виробництво до перспективних ринків збуту і раціоналізувати оподаткування та митні платежі для компанії в цілому [1].

Отже мова йде про мікроекономічний аспект глобалізації, що проявляється у переміщенні діяльності суб'єкта господарювання за межі внутрішнього ринку. Створення узагальнених класифікацій призводить до ускладнення розуміння конкретних форм та способів виходу на зовнішні ринки. На наш погляд, класифікацію способів виходу підприємств на зовнішні ринки, яку відображають вітчизняні наукові дослідження, не можна вважати завершеною. Крім того, не завжди обґрунтованим виглядає велика кількість ознак, які використовуються при систематизації можливостей виходу на зовнішні ринки.

Питання міжнародної економічної інтеграції розглядалися в працях вітчизняних науковців – В. Геєця, Ю. Гончарова, С. Захаріна, О. Глушко, Рудченко, В. Марченко, О. Фомової. Дослідженню стратегічних альянсів як конкурентної стратегії ТНК присвячені роботи Б. Гарретта, П. Дюссожа, Р. Уелборна, В. Кастен, Дж. Даннінга також.

Класифікації, засновані на виявленні форм виходу національних компаній у глобальний простір, передбачають виділення трьох основних груп: 1) виробництво в країні та за кордоном із здійсненням прямого або опосередкованого експорту, 2) спільна діяльність в основному через створення спільних підприємств, 3) пряме інвестування. У зв'язку з цим поняття «вихід» і «вхід», а також «присутність» на зовнішньому ринку використовуються для визначення одних і тих же явищ світової економіки. При цьому не достатньо враховується ступінь участі підприємства у процесі виходу на зовнішні ринки, а також не розглядаються інвестиції як явище, що проявляється на мікрорівні.

В інших випадках кількість ознак класифікації способів виходу на зовнішні ринки надто роздроблена, що призводить до ускладнення їх систематизації. На нашу думку, система класифікації (цілком коректна та необтяжлива за кількістю критеріальних засобів розширення уявлення щодо способів виходу підприємств на зовнішні ринки) може бути побудована на основі тільки двох ознак, а саме: 1) необхідність здійснення інвестицій у процесі виходу підприємства на зовнішній ринок та 2) ступінь участі господарюючого суб'єкта у цьому процесі за критерієм здійснення ним витрат у грошовому вигляді (табл. 1). За підходу, що пропонується всі інші фактори будуть носити лише уточнюючий характер або характеризувати особливості того чи іншого виду підприємницької діяльності. Таким чином, класифікація наближається до реалій господарської практики – набуває прикладного характеру та дозволяє на її основі створювати необхідні конструкції в залежності від специфіки бізнес-процесів.

Запропонована нами класифікація дозволяє скомбінувати всі можливі способи виходу

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЯТТІЙ

підприємств у глобальний простір. На основі такого комбінування утворюються чотири групи а) за ознакою залежності від грошових потоків, які генеруються при цьому та б) за ступенем контролю стосовно них.

Таблиця 1

Класифікація способів виходу підприємств на зовнішні ринки

Фінансування зовнішньоекономічної діяльності	Контроль над управлінням зовнішньоекономічної діяльності	
	Опосередкований	Прямий
Без інвестування	Вихід з передачею повноважень з ведення зовнішньоекономічної діяльності	Вихід із збереженням контролю з ведення зовнішньоекономічної діяльності
З інвестуванням	Інвестування з втратою контролю	Прямі інвестиції із збереженням контролю

У першій групі об'єднані способи, засновані на передачі повноважень з ведення зовнішньоекономічної діяльності без інвестування, у другій – способи ведення зовнішньоекономічної діяльності самим підприємством з інвестуванням, при цьому грошові потоки розглядаються як затрати, у третій – способи ведення зовнішньоекономічної діяльності з використанням інвестицій, але при цьому залишається залежність від закордонних партнерів, у четвертій – способи, які вимагають прямих інвестицій та безпосереднього управління учасника зовнішньоекономічної діяльності. Таким чином, чим менше господарюючий суб'єкт інтегрується у світову економічну систему, тим менше у нього витрати на організацію зовнішньоекономічної діяльності і, навпаки.

Зазначене природно виглядає логічним з погляду принципів поступального економічного розвитку. Наприклад, згідно з віднесенням ринкової поведінки підприємств до першої класифікаційної групи віддзеркалюється ситуація, характерна для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з невеликими обсягами господарської діяльності та незначним досвідом міжнародних економічних відносин. Ці фактори обмежують освоєння зовнішніх ринків господарюючими суб'єктами і зумовлюють використання послуг закордонних партнерів по міжнародному бізнесу, що усуває існуючий бар'єр. У цьому випадку затрати підприємства на організацію процесу мінімальні (відрядні, послуги зв'язку, представницькі витрати та подібне), але у той же час мінімальною є і частка прибутку від здійснення операцій внаслідок значної маржі посередника. Користуючись складеною нами класифікацією, фахівці вже на стадії застосування першого способу виходу на зовнішній ринок зможуть оцінити розміри поточних затрат та оптимізувати їх, відмовившись від зайвого, надмірно обтяжливого (з урахуванням невеликого масштабу їх господарської діяльності) вкладання коштів, одночасно одержавши систематизовану уяву про витрати, пов'язані з інвестуванням. При цьому підприємства можуть відстежувати залежність між обсягами запланованих або фактичних продаж і можливістю виділення коштів на освоєння ринків. Подальше уточнення класифікації способів виходу підприємств на зовнішні ринки в залежності від грошових потоків наведені у розширеній схемі, яку можна ускладнювати та удосконалювати, орієнтуючись на специфіку діяльності та складність бізнес-процесів (табл. 2).

При цьому легко відстежується процес передання повноважень із ведення зовнішньоекономічних операцій і використання грошових коштів для досягнення конкурентних переваг. Кожний із наведених способів виходу на зовнішні ринки без ускладнень можна віднести до однієї з описаних нами чотирьох груп.

Для виходу на закордонні ринки підприємства можуть використовувати як прямі, так і портфельні інвестиції. Збільшення портфельних інвестицій до рівня контрольного пакету акцій перетворює їх на прямі. Відповідним чином збільшується і контроль над інвестованими капіталами. Більша частина капіталовкладень у підприємницькій формі здійснюється за кордоном у вигляді прямих інвестицій. До прямих інвестицій зазвичай відносять капіталовкладення з суттєвою часткою у статутному фонді або переважаючою часткою інвестора у капіталі фірми, що відповідно визначає силу його впливовості щодо управління компанією.

Згідно з класифікацією ООН таким ідентифікаційним показником вважається ставка у 10–25 % статутного капіталу. Портфельні інвестиції складають незначну частку в капіталі підприємства, що не дозволяє інвестору повною мірою контролювати об'єкт вкладення.

В залежності від законодавства країн ступінь контролю над підприємством – контрольний

ЕКОНОМІКА ПРІДПРИЯТТІЙ

пакет – може бути різним. Але практика показує, що часто така участь у капіталі підприємства створює можливість досить дієво впливати як на правління, так і на збори акціонерів. У цивілізованому світі тенденція до збільшення ролі міноритарних акціонерів є досить стійкою – пропонується лозунг: все те, що є благом для малих інвесторів є благом для підприємства у цілому.

Таблиця 2

Розширена класифікація способів виходу підприємств на зовнішні ринки

Перелік способів виходу на зовнішні ринки	Методи фінансування зовнішньоекономічної діяльності		Контроль над управлінням зовнішньоекономічною діяльністю	
	фінансування затрат	інвестування	опосередкований	прямий
Прямий експорт через участь в ярмарках, виставках, використання послуг рекламних агенцій, реклама в Інтернеті, послуг інформаційних агентств	так	–	так	–
Передача повноважень з експорту (призначення дилерів, дистриб'юторів, торгових представників) використання експортної франшизи та послуг інших комерційних посередників	так	–	так	–
Трансферт ноу-хау, ліцензій, патентів, франчайзинг та інші форми передавання авторських і комерційних прав	так	–	так	–
Субпідряди передані закордонній фірмі або субпідряди на експортну продукцію, шеф-монтаж, будівництво та виконання інших послуг за кордоном	так	–	так	–
Призначення регіональних та торгових представників (штатні посади)	так	–	так	–
Відкриття торгових та сервісних представництв	так	–	так	–
Відкриття філій з розширеними повноваженнями (з резидентним статусом в країні базування)	–	так	–	так
Портфельні інвестиції в партнерські закордонні організації або створення спільних підприємств на паритетних началах	–	так	–	так
Придбання контрольних пакетів акцій торгових посередників або сервісних організацій	–	так	–	так
Придбання контрольних виробництв комплектуючих частин або сировини для профільного виробництва	–	так	–	так
Придбання контрольних пакетів акцій підприємств з профільного виробництва	–	так	–	так
Будівництво фабрик та заводів з профільного виробництва	–	так	–	так

Поширеною є практика придбання міноритарних пакетів акцій через обмін з партнерськими організаціями на акції власних дочірніх компаній або на акції головної організації.

Закономірністю для розміщення закордонних інвестицій вважається той факт, що основна частина накопичених у світі інвестицій розміщена у розвинутих країнах. В останній час спостерігається активізація інвесторів походженням з, так званих, країн «азійських тигрів» та з країн колишнього СРСР. На розвинуті країни припадає близько 90 % вивозу і приблизно 80 % ввозу річного об'єму прямих інвестицій у світі. Прямі інвестиції у цих країнах зростають швидше ніж їхня економіка. Як наслідок зростає співвідношення між об'ємом розміщених на території країн з розвинутою економікою іноземних прямих інвестицій та їх ВВП. Основна частина капітальних

вкладень направляється на виробництво товарів а та, яка залишається, йде на формування власної мережі збуту. Здійснюючи вихід на зовнішні ринки через пряме інвестування підприємства в основному спрямовують кошти на:

- виробництво товарів та надання послуг, розміщених на територіях максимально близьких до місць збуту;
- створення за кордоном власної інфраструктури для здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- переміщення виробництва в країни з більш сприятливим режимом оподаткування, зменшеними соціальними витратами та вартістю робочої сили;
- переміщення виробництва в країни-власники нових покладів сировинних ресурсів.

Для українських підприємств на етапі сучасного розвитку найбільш актуальними є інвестиції у створення збутової інфраструктури та започаткування виробництва у сусідніх країнах. Проте реалії вітчизняного підприємництва свідчать, що у дійсності не останню роль відіграє практика виведення капіталу за кордон через, так звані, «податкові гавані» – офшорні зони певних країн та країн з особливим або зниженим рівнем оподаткування.

Центром ООН з дослідження діяльності транснаціональних корпорацій виділено чотири основні фактори, які впливають на розміщення виробництва товарів за кордоном: 1) ввіз певних товарів з-за кордону не можливий або дуже ускладнений внаслідок їх властивостей чи діючих обмежень; 2) виробництво товарів у приймаючій країні більш ефективне ніж експорт; 3) приймаюча країна виявляється найбільш рентабельним місцем виробництва товарів і їх експорту на світові ринки, в тому числі і на ринок країни походження інвестицій; 4) організація власного виробництва за кордоном виявляється більш вигідним, ніж збут через посередників, або взагалі єдино можливим варіантом організації діяльності унаслідок відсутності посередника – це стосується передусім технічно складних видів продукції, які потребують післяпродажного обслуговування, консультаційних та інших супутніх послуг, що і вимагає присутності виробника на ринку [2].

Основна частина вітчизняних прямих інвестицій розміщена у сфері матеріального виробництва та збутової інфраструктурі. З факторів, які стримують розширення діяльності за кордоном можна назвати: досить короткий строк економічного зростання в країні, неефективне валютне регулювання, слабо виражена спеціалізація країни у міжнародному поділі праці, низький рівень конкурентоздатності вітчизняних товарів, велика різниця між внутрішнім та зовнішнім рівнем споживання, відставання у впровадженні сучасних технологій та інновацій. Особливістю прямого інвестування в Україні є ускладнення самого процесу через необхідність урахування дії багатьох додаткових факторів, які виникають внаслідок труднощів інтеграції економічних систем з різним рівнем розвитку.

Одним з напрямів зовнішньоекономічної діяльності, не зважаючи на ризик недоотримання прибутку або навіть банкрутства господарюючих суб'єктів, є створення спільних підприємств і відкритих представництв. Український досвід не є виключенням – використання цієї форми міжнародної господарської діяльності вітчизняними компаніями свідчить про їх потенційну готовність до активного просування виробництв і товарів на закордонні ринки.

Розвиток дилерської мережі вважається одним із найдешевших, але одночасно й найризикованіших засобів, що використовується підприємствами з метою участі у зовнішньоекономічних відносинах. Контактуючи з іноземними спеціалізованими торговими фірмами, надаючи їм знижки або товари на консигнацію, фінансується тільки розвиток виробництва на основній базі. При цьому рух товарів та грошових коштів через кордон наражається на небезпеку змін у законодавстві про тарифне та нетарифне регулювання, валютні коливання та ризик невиконання зобов'язань партнерами.

У випадку, коли компанія є власником відомої у світі торгової марки, яка має реальну вартість, для посилення впливу можна використовувати франчайзинг. Але продаючи права на використання торгової марки, доведеться фінансувати рекламні компанії за кордоном, де вартість таких заходів може суттєво перевищувати вартість відкриття нового виробництва.

Український бізнес вже досягнув тієї стадії зрілості, коли питання про створення відокремлених підрозділів за кордоном стає актуальним для самого широкого кола вітчизняних суб'єктів господарювання. Поява таких відокремлених підрозділів може і має стати масовим явищем. Підрозділи у наш час створюються навіть невеликими компаніями (з обігом капіталу не більше 1 млн. дол. США на рік), але слід зауважити, що зростає кількість не тільки середніх, але й крупних

холдингів. Такі структури відповідають вимогам сьогодення, вони стають найбільш динамічними і перспективнішими сегментами вітчизняного бізнесу.

Основні риси цього способу: максимальні інвестиційні витрати та поточні грошові зобов'язання; максимальна відповідальність за результати діяльності; максимальний контроль за діяльністю; складна процедура виходу з ринку. Вихід підприємств на зовнішній ринок в такій спосіб мотивується наступним:

– вертикальна інтеграція, коли необхідний контроль над різними етапами проходження товару від стадії сировини до його розподілу. За ствердженням фахівців, товари і маркетинг досить складні і вимагають об'єднання ресурсів декількох країн;

– міждержавна раціоналізація виробництва, коли є істотні розходження у вартості робочої сили, капіталу, сировини;

– життєвий цикл товару, який перебуває на різних стадіях життєвого циклу у різних країнах;

– державне стимулювання інвестицій, коли надаються певні пільги для іноземних інвесторів. У зв'язку з цим можна виділити такі групи країн: країни, де встановлені спеціальні правила і пільги для здійснення іноземних інвестицій; країни з «помірною» системою оподаткування; офшорні зони;

– політичні мотиви, коли інвестиції в економіку певної країни пов'язані з її політичними рішеннями щодо інших країн.

Форми міжнародного довгострокового інвестування на фондовому ринку відрізняються в залежності від країни походження інвестора. Загальна закономірність така: чим слабше розвинута економіка, тим менше доступних форм міжнародних інвестицій для національних інвесторів. У спрощеному вигляді можливо виділити три основні форми: 1) іноземні цінні папери, які випускаються емітентом-нерезидентом в національній валюті країни; 2) цінні папери в іноземній валюті, які випускаються емітентом-резидентом на своєму фондовому ринку; 3) європапери, які випускаються у міжнародному масштабі і одночасно обертаються на декількох міжнародних ринках.

Самий повний перелік форм міжнародного інвестування на фондовому ринку доступний американським інвесторам. За матеріалами Комісії з цінних паперів і бірж США, можливі наступні основні форми міжнародних інвестицій на фондовому ринку: 1) взаємні фонди (mutual funds); 2) глобальні фонди (global funds); 3) міжнародні фонди (international funds); 4) регіональні і національні фонди (regional and country funds); 5) фонди міжнародних індексів (international index funds); 6) американські депозитарні розписки (ADR); 7) цінні папери на закордонних фондових ринках [3].

У працях західних науковців і в офіційних документах наглядаючих органів, розгляд процесу міжнародного інвестування ґрунтується переважно на традиціях американських інвесторів. Крім того, приблизно 42% світового фондового ринку належить американським емітентам. Отже, достатньо підстав вважати, що дана класифікація форм міжнародного інвестування є такою, що найбільш відповідає дійсності.

Інвесторам із більшості країн з розвинутою економікою доступні всі основні форми, якими можуть користуватися американці, але з урахуванням національних особливостей. Наприклад, в Європі обертаються глобальні депозитні розписки (ГДР), аналогічні АDR в Сполучених Штатах. У розпорядженні інвесторів із країн, що розвиваються знаходяться лише декілька форм міжнародних інвестицій у вигляді невеликої кількості взаємних фондів та цінних паперів на закордонних фондових ринках. Така обмеженість передусім пов'язана з валютним регулюванням, яке використовують національні уряди та яке полягає у перепонах для вивозу капіталів за межі внутрішнього фінансового ринку. Загальною рисою можливо вважати той факт, що ті інвестиції, які все ж таки здійснюються, спрямовуються на придбання цінних паперів іноземних емітентів.

Розгляд існуючих способів виходу підприємств на зовнішній ринок дозволяє виявити головні мотиви цього процесу, а також закономірності транснаціоналізації економік багатьох країн, дослідити позитивний і негативний вплив інвестицій на національну та світову економіку. Запропонована класифікація може допомогти в подальших наукових дослідженнях проблеми транснаціоналізації вітчизняних суб'єктів господарювання та створення конкурентної національної моделі економіки.

Література

1. Крейдич Т.В. Тенденции транснационализации мировой экономики в условиях глобализации. / Т.В. Крейдич // Вестник МГТУ. Т. 13. №1.- 2010. – С. 209-214.

2. United Nations Centre for Research on transnational corporations / Режим доступу: <http://unctc.unctad.org>

3. Of the Securities and Exchange Commission / Режим доступу: <http://www.investopedia.com/terms/s/sec.asp>