

Н.М. УДОД,
старший викладач кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу,
Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі

Особливості торговельної діяльності міжнародних компаній

У статті проаналізовано вплив торговельної діяльності міжнародних компаній на розвиток міжнародної торгівлі. Визначено специфічні особливості та складності в управлінні торговельно-збутовою діяльністю компаній в умовах глобалізації міжнародних товарних ринків та запропоновані технології їх вирішення.

Ключові слова: лібералізація торгівлі; міжнародні інтегровані системи виробництва, торгівлі та збуту; міжнародні компанії; торговельна та збутова діяльність ТНК; транснаціоналізація.

Н.Н. УДОД,
старший преподаватель кафедры международного менеджмента и маркетинга,
Украинский государственный университет финансов и международной торговли

Особенности торговой деятельности международных компаний

В статье проанализировано влияние торговой деятельности международных компаний на развитие международной торговли. Определены специфические особенности и сложности в управлении торгово-сбытовой деятельностью компаний в условиях глобализации международных товарных рынков и предложены технологии их решения.

Ключевые слова: либерализация торговли; международные интегрированные системы производства, торговли и сбыта; международные компании; торговая и сбытовая деятельность ТНК; транснационализация.

N. UDOD,
p. lecturer of International Management and Marketing,
Ukrainian State University of Finance and International Trade

Features the trading activity of international companies

The article analyzes the impact of trade and marketing activities of international companies in the development of international trade. Are examined the features and complexity in managing trade and marketing activities of companies in the context of globalization of international commodity markets, the proposed technologies for their elimination.

Keywords: trade liberalization; international integrated systems of production, trade and marketing; international companies; trading and sales activities of TNCs; transnationalization.

Постановка проблеми. Посилення впливу транснаціональних корпорацій на розвиток міжнародної торгівлі, тобто її транснаціоналізація — одна з найбільш значущих тенденцій, що сформувалися і найбільш чітко проявилися в ХХ столітті. Транснаціоналізація змінює колишню схему виробництва товарів та їх реалізації за кордоном, при якій виробництво товарів зосереджувалося переважно в межах однієї країни, а потім частина продукції реалізовувалася в інших країнах, де, очевидно, конкурували між собою насамперед «мононаціональні» товари, вироблені в окремій країні і імпортовані з неї ж. Нині подібна практика, принаймні, щодо технологічно складної продукції, йде в минуле, поступаючись місцем конкуренції великих інтегрованих міжнародних систем виробництва, торгівлі і збуту, заснованих на прямих іноземних інвестиціях і інноваціях ТНК, що нерідко об'єднують свої зусилля за різними напрямками діяльності. Подібна ситуація вимагає формування та реалізації нових підходів до ефективного управління торговельно-збутовою діяльністю міжнародних компаній, які б дозволили їм знижувати вартість зростання та всеохоплюючої експансії та задовольняли б інтереси всіх учасників торговельно-збутового процесу.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблематика управління міжнародними компаніями та їх роль в розвитку міжнародної торгівлі вже довгий час знаходяться в центрі уваги як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, дослідників, зокрема проблеми впливу транснаціоналізації на розвиток та стан міжнародної торгівлі висвітлюються працях вітчизняних дослідників: Д.Г. Лукьяненко, О.Є. Литвин, В.П. Онищенко, А.М. Поручника, В.В. Сіденка, В.І. Чужико-

ва, Т.М. Циганкової. Питання зміни умов та форм здійснення торговельно-збутових операцій міжнародними компаніями висвітлюються в роботах В.Г. Андрійчука, І.В. Бураковського, О.А. Гащицького, І.Ю. Гужви, В.О. Шевчука та інших. Однак специфічність та наростаюча актуальність цих питань змушує продовжувати дослідження в даному напрямі.

Мета статті полягає в аналізі торговельної діяльності міжнародних компаній та визначенні змін в стратегії її зростання.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні світ опинився на порозі нового економічного переділу, де головними гравцями вже являються не держави, і навіть не блоки країн, а провідні транснаціональні компанії (ТНК). Транснаціональні корпорації активно беруть участь в усіх глобальних процесах, що відбуваються в світі і нарівні з промислово розвиненими країнами, здійснюють визначальний вплив на розвиток політичної, економічної, фінансово-інвестиційної, інформаційної, науково-технічної, військової, технологічної та екологічної сфер світового господарства. Глобальні тенденції інтернаціоналізації виробництва і капіталу, приватизації, актуальність стратегічних альянсів і лібералізації зовнішньої торгівлі поставили ТНК у центр світового економічного розвитку, де вони ведуть гостру боротьбу за нові ринки, технології та надприбутки. Протягом декількох років їхнє число збільшилося приблизно на 50%. Якщо в середині 90-х років ХХ ст. діяли близько 40 тис. корпорацій, які мали більше 250 тис. закордонних філій, а обсяг їхнього продажу (близько \$7 млрд.) уже тоді перевищував обсяг продажів у рамках традиційних торговельних угод, то нині у світі функціонують більше 95 тис. ТНК і близько 930 тис. їх закордонних філій

[1]. Сто найбільших ТНК за розміром закордонних активів володіють у своїх іноземних філіях активами на суму в \$1,8 трлн., контролюючи, за оцінками, п'яту частину глобальних зарубіжних активів. Місцем базування найбільших ТНК є, як правило, розвинені країни. У Європейському Союзі, США та Японії базується 87 зі ста найбільших ТНК, і на них припадає 88% закордонних активів цих компаній. У США на п'ять найбільших ТНК припадає п'ята частина всіх іноземних інвестицій країни, при цьому частка двадцяти п'яти ТНК становить 50%. У країнах, що розвиваються, основним місцем базування ТНК є Китай, Республіка Корея, Гонконг, Мексика, Бразилія, ПАР. Збільшення присутності ТНК на ринках цих країн є очевидною, враховуючи тенденцію до збільшення частки країн, що розвиваються, та країн СНД у світовому експорті, що в 2012 році досягла 45%, а розвинутих країн – скоротилася до 55%. А ще в 1990 році ці цифри становили 28% і 72%, в 2000 році – 34 і 66% [2, с. 6].

ТНК контролюють більшість світових товарних ринків, зберігаючи майже монополні позиції на ринках сировини та високотехнологічних послуг. На їхню частку припадає 60% зовнішньої торгівлі (в тому числі третина світового експорту), 4/5 ринку патентів і ліцензій, загальний обсяг їхніх продажів становить майже \$6 трлн. При цьому характерними рисами діяльності ТНК на глобальних товарних ринках є: переважно експортна діяльність, міжгалузевий характер діяльності, складні альянсові форми і складність організаційної структури, внутрішня закритість, ефективна збутова політика.

Звичайно ж домінуюча роль належить великим і найбільшим ТНК: 500 найбільших зосереджують більше 1/4 загальносвітового виробництва товарів і послуг, 1/3 експорту промислової продукції і 3/4 торгівлі технологіями і управлінськими послугами. Їхні центри розташовані у США, Японії, Німеччині, Франції, Великій Британії та в інших країнах. Особливо помітний вплив ТНК на структуру економік країн, що розвиваються, та країн із перехідною економікою. В країнах, що розвиваються, продається вже приблизно третина продукції найбільших європейських фірм; у великих американських корпораціях частка цих ринків досягла приблизно 20% [3, с. 28], адже саме вони є провідниками науково-технічного прогресу та структурних змін у контексті критеріїв глобальної економіки. Відповідно до висновків опитування, проведеного в 2013 році експертами міжнародної консалтингової фірми BCG серед більш ніж 150 топ-менеджерів найбільших ТНК широкого спектру галузей промисловості і послуг, 78% з них планували нарощування своєї частки на ринках, що розвиваються, в осяжній перспективі. При цьому 83% опитаних відносило до головних або найважливіших пріоритетів свого розвитку в п'ятирічній перспективі ринок Китаю, 57% – Індії та Бразилії, 46% – країни Південно-Східної Азії, 42% – Росію [4, с. 6].

Під контролем міжнародних корпорацій знаходиться 90% світового ринку пшениці, кави, кукурудзи, лісоматеріалів, тютюну, джуту, залізної руди, 85% – ринку міді та бокситів, 80% – ринку чаю та олова, 75% – сирової нафти, натурального каучуку та бананів. Половина експортних операцій США здійснюється американськими та іноземними ТНК, у Великій Британії цей показник становить 80%, а в Сінгапурі – 90%.

Характер міжнародної діяльності ТНК накладає істотний відбиток на розвиток міжнародного товарообміну, оскільки

ТНК контролюють більше половини світової торгівлі і перетворили понад третину міжнародного товарообміну на внутрішньокорпоративні поставки неторгового характеру. Це означає, що ТНК одержали можливість здійснювати регулюючий вплив на міжнародну торгівлю в цілому, переносячи на неї застосовувані ними форми і методи. Зміна форм і методів здійснення торговельної діяльності ТНК на світовому ринку відбиває пошук ними шляхів вирішення економічних проблем в умовах посиленої конкурентної боротьби. Нові організаційні форми та бізнес-моделі стануть найбільш дієвим методом адаптації до змін, зброєю у глобальній конкурентній боротьбі, і саме з ними пов'язуються грандіозні корпоративні досягнення останніх десятиліть [3, с. 20]. Створення закордонних дочірніх торгово-збутових компаній стало важливою організаційною формою сприяння встановленню панування ТНК на ринках багатьох країн. Це досягається шляхом організації виробничими дочірніми компаніями власної системи збуту, орієнтованої як на реалізацію продукції на внутрішньому ринку країни перебування, так і на здійснення операцій з експорту товарів у треті країни та забезпечення їх технічного обслуговування. Приблизно дві третини продукції, виробленої за кордоном дочірніми компаніями американських ТНК, реалізується у третій країні через власні канали збуту. Особливо висока частка продажів на внутрішньому ринку країни перебування у дочірніх компаній американських ТНК, розташованих у Німеччині (80%), Франції (80%), Австралії та Нової Зеландії (90%), Японії (85%) [5, с. 34]. В інших розвинених країнах вона становить у середньому 75%. Таке співвідношення відображає той факт, що закордонні підприємства американських ТНК зосереджені в розвинених країнах переважно в галузях обробної промисловості. Продукція обробних галузей промисловості реалізується дочірніми компаніями в основному на ринках країн їх перебування, а також експортується в треті країни і лише в дуже невеликих кількостях поставляється підприємствам материнської компанії в США (в основному у вигляді компонентів).

Підвищення ролі закордонних виробничих дочірніх компаній у міжнародній діяльності американських ТНК, а також компаній західноєвропейських країн відбиває ті якісні зміни, які відбуваються в самому процесі транснаціоналізації, що вимагає пристосування існуючих форм до нових умов. З цим безпосередньо пов'язана зміна функцій, виконуваних збутовими компаніями, роль яких у сучасних умовах істотно змінюється. Вони перетворюються по своїй суті в посередницькі організації по збуту продукції материнської компанії на іноземному ринку.

Важливо підкреслити, що оскільки ТНК організовують свої збутові та виробничі дочірні компанії на ринках інших країн, то вже самі ці компанії виступають як контрагенти на ринку. Ця обставина має принципово важливе значення, оскільки відображає зміни в характері взаємовідносин між виробником і кінцевим споживачем. Суть цих змін зводиться до того, що закордонні збутові та виробничі дочірні компанії ТНК, що становлять елемент її власності, вступають в безпосередні контакти з кінцевим споживачем, як промисловим, так і роздрібним, на ринку країни місцезнаходження і на ринках інших країн. Це означає, що не тільки зростає роль прямих комерційних операцій ТНК, а й змінюється їх характер.

Лібералізація інвестиційних та зовнішньоекономічних режимів супроводжується не лише збільшення числа ТНК та їх філій на ринках країн світу, а й зростанням їх активності, яка призводить до того, що більша частина ринків втрачає свій національний характер, стаючи регіональними і глобальними. Сучасні ТНК на додаток до існуючого міжнародного обміну товарами і послугами створили міжнародне виробництво, відповідну йому міжнародну сферу послуг і міжнародну фінансову сферу, спонукаючи до перетворення переважно локальних (міжкраїнових, регіональних) міжнародних економічних відносин у глобальні, та поряд з цим забезпечили розвиток НТП у всіх його напрямках: технічного рівня і якості продукції, ефективності виробництва, вдосконалення форм менеджменту, управління підприємствами. У багатьох галузях ТНК використовують переваги розширення ринків для оптимізації своєї діяльності, домагаючись зростання ефективності виробництва та економії на ефекті масштабів. Ці компанії першою чергою намагаються використовувати досягнення технічного прогресу у сферах транспорту і передачі інформації, саме вони володіють у цих сферах найсучаснішими засобами, мають небачені можливості пізнання глобальних ринків знань, факторів виробництва, збуту. Економічний вигравш, якого вдається досягти ТНК завдяки інтеграції в міжнародне виробництво та торгівлю, дозволяє їм підвищувати свою конкурентоспроможність, що веде до зростання економічної концентрації та впливу ТНК в міжнародних економічних відносинах.

Сучасна міжнародна торгівля, з одного боку, все більше виступає як складова частина міжнародних інтегрованих систем виробництва, торгівлі та збуту, постачання та НДДКР ТНК, в якій переплітаються інвестиційні та товарні потоки, складаються різноманітні зв'язки в передвиробничій, виробничій та післявиробничій сферах. З іншого боку, вона виявляється одночасно як наслідком, так і стимулом цих зв'язків, а її галузеві та географічні товаропотоки – результатом самої організації сучасного глобалізованого виробництва усередині ТНК. Спостерігається одночасна дія двох прямо протилежних, але взаємопов'язаних процесів: зростання зарубіжного виробництва ТНК частково заміщає експорт у відповідні зарубіжні країни, але разом з тим діяльність зарубіжних підрозділів компанії стимулює її зовнішньоторговельні потоки як по лінії внутрішньокорпоративних зв'язків, так і за іншими напрямками. У результаті дії цих процесів вагома частина міжнародної торгівлі проходить по різних каналах ТНК: як усередині однієї і тієї ж корпорації, насамперед між її закордонними підрозділами, так і між різними ТНК або між ТНК та іншими компаніями різних країн [5, с. 35].

При цьому діяльність ТНК стала основою виникнення характерних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі, серед яких:

1. Зростання обсягу внутрішньофірмової торгівлі, тобто торгівлі між різними підрозділами однієї і тієї ж ТНК, розташованими в різних країнах. Близько 30% міжнародної торгівлі складається з внутрішньофірмових потоків ТНК. Ними створена специфічна форма переведення капіталів за допомогою трансфертних цін (спеціально занижених або завищених), що встановлюються самими ТНК при поставках товарів та наданні послуг своїм дочірнім компаніям і філіям в рамках внутрішньокорпоративної торгівлі.

2. Зростання тісного зв'язку між торговельною діяльністю і прямими іноземними інвестиціями ТНК. Необхідно відзначити, що капітал, інвестований корпораціями в економіку приймаючих держав, стає складовою частиною їх відтворювального процесу. Так, частка підприємств, контрольованих іноземним капіталом, у загальному обсязі виробництва обробної промисловості Австралії, Бельгії, Ірландії та Канади перевищує 33%, у провідних західноєвропейських країнах – 21–28%, у США – більше 10%. Ще більшу роль іноземний капітал у формі прямих інвестицій відіграє в економіці країн, що розвиваються, де на частку компаній з іноземною участю припадає до 40% промислового виробництва, а в ряді держав дочірні структури та філії ТНК випускають 50–60% виробленої продукції [6, с. 4].

3. Посилення міжнародної конкуренції, важливим фактором якої в останні десятиліття виступає лібералізація зовнішньоторговельних та інвестиційних режимів у контексті досягнутих багатосторонніх домовленостей, насамперед у рамках СОТ, що має величезний вплив на розвиток міжнародної торгівлі і стан окремих національних ринків. Продукція багатьох національних підприємств окремих країн може виявитися неконкурентоспроможною, що позначиться на окремих галузях промисловості, може призвести до скорочення або призупинення деяких виробництв, що в свою чергу, спричинить скорочення доходів бюджету, втрату робочих місць, зростання соціальної напруженості [7, с. 33].

Відкриття національних ринків для іноземних компаній, серед яких значне місце належить ТНК, змушує їх раціоналізувати свою структуру і виробництво, удосконалювати управлінські стратегії та планування в цілому, активніше використовувати передові технології. В рамках реалізації своєї торговельно-збутової політики міжнародні компанії ставлять перед собою і вирішують ряд завдань, серед яких до числа найбільш важливих з них відносяться:

1. Організація забезпечення виконання компанією зобов'язань, що випливають з договорів та угод із зарубіжними партнерами, структурними підрозділами, покупцями.

2. Управління торговельно-технологічним та торговельно-збутовим потенціалом, як підсистемою ринкового потенціалу підприємства, що дає змогу підприємству сформувати пропозиції конкретного продукту у визначеному обсязі та за визначеною ціною забезпечує доведення товару до споживача за рахунок створення каналів розподілу, розробки та оптимізації методів товаропросування і створенням об'єктів по реалізації товару та отримання нової вартості компанії [8, с. 37], підвищення його технічного, технологічного рівня. При цьому складовими частинами підсистеми торгово-збутового потенціалу є засоби комерціалізації:

- засоби збуту, що включають канали просування товару компанії до споживача;
- засоби товаропросування, зокрема транспортна, навантажувальна, складська інфраструктура;
- інформаційна система, що забезпечує управління рухом матеріальних потоків;
- система реалізації товарів: фірмова, оптова, роздрібна, мережева, електронна.

3. Формування умов найбільш повного задоволення запитів покупців на товари / послуги в рамках обраного сегменту міжнародного ринку. Реалізація цього завдання відбувається

ся шляхом пошуку компанією своєї ринкової ніші, виявлення основних параметрів попиту, формування ефективної асортиментної політики.

4. Пошук та освоєння нових форм здійснення зовнішньоторговельних операцій, які в умовах посилення конкуренції в міжнародному масштабі здатні показати свою ефективність та відповідатимуть торговельно-збутовим можливостям компанії.

5. Максимізація прибутку від здійснення торговельно-збутової діяльності, шляхом оптимізації торговельно-технологічного процесу та забезпечення економічності його здійснення, ефективного управління активами, цілеспрямованої цінової політики.

Таким чином, факторами обмеженості торговельно-збутового потенціалу міжнародної компанії є, зокрема, обмеженість фінансових ресурсів, підприємницьких та управлінських навичок, професійних знань і кваліфікованого персоналу, а також перешкоди, пов'язані з маркетингом, продукцією і ціновими бар'єрами, в тому числі, недостатня конкурентоспроможність цін і труднощі з дотриманням встановлених до продукції стандартів і вимог, а також перешкоди, пов'язані з логістикою, включаючи доступ до інформаційно-комунікаційних технологій. І якщо ще нещодавно, аналізуючи ефективність товарно-збутової політики компаній, увага акцентувалася на окремих її складових в рамках одного підприємства, або територіально-виробничого об'єднання, то сьогодні мова йде про управління великими інтегрованими міжнародними систем виробництва і збуту, де визначається ефективність не окремо взятого підприємства або кластера, а всієї системи. По суті, такі інтегровані виробничо-збутові системи являють собою форму регулювання відносин взаємної залежності компаній-учасників виробничого, збутового процесів, який, «з одного боку, відмінний від внутрішньофірмового (ієрархічного), регулювання, а з іншого – від ринкової координації як відповідної реакції на механізми ринку» [9, с. 11].

Подолання бар'єрів на шляху досягнення найкращих результатів в управлінні торговельно-збутовою діяльністю міжнародним компаніям вдається завдяки вміло побудованій системі управління, яка повинна сприяти:

- позиціонуванню, що вирізняє компанію з-поміж конкурентів, її товар – з-поміж аналогічних товарів на ринку, та формує стійкий образ та асоціативний ряд в свідомості партнерів, споживачі і навіть конкурентів;
- інноваційності, тобто здатності до впровадження інновацій не тільки в виробничий процес чи збут, а й в управлінні людським капіталом, запасами, обслуговуванні, маркетингу та інше;
- інтеграції, що досягається шляхом налагодженої взаємодії між партнерами, структурними підрозділами, іншими учасниками торговельно-збутових операцій з метою підвищення ефективності ключових бізнес процесів;
- гнучкості, тобто здатності швидко реагувати на зміни і вчасно вносити відповідні корективи;
- ефективності, тобто забезпечувати синергетичний ефект маркетингової і управлінської діяльності;
- вимірюваності – можливості визначення рівня досягнень компанії та оцінки її потенціалу для подальшого вдосконалення.

Висновки

Таким чином, можна стверджувати, що в умовах глобалізації світової економіки відбувається посилення активності транснаціональних компаній, що сприяє формуванню нової якості міжнародної торгівлі. ТНК як провідні суб'єкти сучасної світової економіки, з одного боку, своєю діяльністю спонукають до виникнення новітніх тенденцій розвитку міжнародної торгівлі, а з іншого боку, змушені самостійно шукати та впроваджувати нові методи управління і нові форми організації діяльності, що дозволятим їм втримувати конкурентні переваги в глобальному масштабі. Успішно конкурувати на міжнародному ринку зможе лише та компанія, яка здатна і вміє адаптуватися до його змін, використовує можливості еластичного формування виробничих, торговельних, збутових процесів. При цьому головним фактором досягнення конкурентної переваги є створення такої системи управління торговельно-збутовою діяльністю компанії, яка б дала можливість оперативно реагувати на потреби ринку з найменшими витратами, але з високим рівнем якості, досягати синергетичного ефекту від поєднання матеріальних та нематеріальних ресурсів, ефективного управління процесом збалансування множини локальних цінностей і цілей задля досягнення інтегрального ефекту.

Список використаних джерел

1. UNCTAD World Investment Report 2014. [Electronic resource]. – Available from: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf
2. Гащицький О.А., Онищенко В.П. Механізм визначення оптимального національного митного тарифу в умовах лібералізації міжнародної торгівлі / О.А. Гащицький, В.П. Онищенко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2011. – №1 – С. 4–14.
3. Онищенко В.П. Сучасні організаційні форми та моделі міжнародного бізнесу / В.П. Онищенко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2015. – №3 (80). – С. 20–31.
4. Березной А. ТНК на развивающихся рынках: в поисках успешной бизнес-модели / А. Березной // Мировая экономика и международные отношения. – 2014. – №10. – С. 5–17.
5. Кокушкина И.В., Подоба З.В. Тенденции развития международной торговли в условиях глобализации / И.В. Кокушкина, З.В. Подоба // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №3. – С. 33–38.
6. Саришвили Г.Н. Регулирование деятельности ТНК в мировой экономике / Г.Н. Саришвили // Российский внешнеэкономический вестник. – 2012. – №12. – С. 3–6.
7. Гащицький О.А. Оцінка ефективності митної політики України в умовах вступу України до СОТ / О.А. Гащицький // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2008. – №1. – С. 25–30.
8. Бронникова Т.С., Котрин В.В. Развитие методологии формирования рыночного потенциала предприятия / Т.С. Бронникова, В.В. Котрин: монография. – Королев, ФТА. – 2012. – 134 с.
9. Масленникова И.Л. Причины возникновения и типы межфирменных сетевых структур / И.Л. Масленникова // Молодежный научно-технический вестник. Электронный журнал. – 2012. – №3. – С. 11–16.