

ТЕМА 8 ПРЯМІ ЗАКОРДОННІ ІНВЕСТИЦІЇ У СТРАТЕГІЯХ БАГАТОНАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Прямі закордонні інвестиції – провідна форма сучасних міжнародних економічних відносин, їх розвиток бурхливо розпочався після другої світової війни, що було викликано наступними факторами: - ростом національних ринків;

- лібералізацією зовнішньоторгівельної політики держав;
- скороченням транспортних витрат.

Сьогодні обсяги ПЗІ складають 1/3 світової торгівлі (понад 1,5 трлн. дол. США). Тому тема місця і ролі ПЗІ в міжнародній економіці є чи не найактуальнішою в сучасній економічній науці.

З іншого боку, інтеграція України у світову економіку неможлива без її відкритості для іноземного капіталу. Тому важливо оцінити роль ПЗІ в національній економіці, їх вплив на основні макроекономічні показники та наслідки для соціально-економічного розвитку країни.

Розуміння феномену ПЗІ сприяє не лише розвитку фахового рівня у сфері зовнішньоекономічної діяльності, а й подоланню стереотипів, що склалися в нашій країні по відношенню до іноземного капіталу.

1. Визначення ПЗІ як функції міжнародного бізнесу

Прямі закордонні інвестиції (ПЗІ) включають в себе власність і контроль компанії в іноземній країні. Звичайно в обмін на право власності інвестор передає в цю країну фінансові, технологічні, управлінські, маркетингові ресурси. Як правило, іноземна компанія може створюватися в результаті будівництва інвестора або придбання ним вже існуючого підприємства.

Основним у визначенні ПЗІ є контроль за активами в іншій країні, тобто ПЗІ використовуються компанією, яка бажає обслуговувати нові ринки за допомогою своєї продукції (Coca Cola - в Україну), або отримати додаткових постачальників для існуючих власних ринків (Royal Petroleum - з України). У будь-якому випадку, за допомогою ПЗІ компанія бажає контролювати закордонний проект з метою використання власних конкурентних переваг шляхом створення нових виробничих потужностей.

Слід відзначити принципову різницю між прямими і портфельними закордонними інвестиціями, яка полягає в рівні контролю (активний-для прямих і пасивний - для портфельних). ПЗІ охоплює контроль нового або існуючого бізнесу за допомогою наступних заходів фінансування:

- випуском акцій;
- місцеві або закордонні запозичення;
- покупка підприємства материнською компанією.

Тобто, важливим є те, що для ПЗІ зовсім не обов'язковою є міжнародна передача засобів – вони вимагають лише передачу власності інвестору, який може фінансувати цю передачу вищевказаними різноманітними способами.

2. Причини закордонного інвестування БНП

ПЗІ займають центральне місце в ринковій стратегії БНП, зважаючи на роль, яку вони відіграють у формуванні пропозиції та попиту.

Зі сторони пропозиції ПЗІ:

- *Скорочують виробничі витрати.* Керуючись принципом порівняльних переваг, фірма може відчувати, що здатна виготовляти продукцію з меншими затратами в іншій країні завдяки більш низькому рівню заробітної плати, цін на нерухомість та ін.

В даному випадку фірма може обрати одну з двох стратегічних альтернатив: імпорт з країни, де фактори виробництва дешеві, чи проведення операцій в країні з меншими затратами. Такі ПЗІ можуть використовуватися для виробництва і маркетингу на місцевому ринку (тютюнова промисловість України) або експорту у країну походження чи треті країни (операції з давальницькою сировиною);

- *Скорочують транспортні витрати,* тобто витрати на виробництво і доставку товару на цільовий ринок, включаючи вартість страхування і фрахту, митних та інших бар'єрів на шляху просування товарів на ринок. Якщо відстань між країною походження і приймаючою країною велика, або існують високі торгові бар'єри, місцеве виробництво мінімізує ці витрати, навіть якщо виробництво у власній країні дешевше (виробництво японських автомобілів у США).

- *Здешевлюють кінцеве виробництво (іноземне складання).* Так само, як у попередньому випадку, ПЗІ у закордонне складання використовуються для отримання факторів виробництва, зокрема праці, яка дешевша або продуктивніша у країні складання (складання комп'ютерів у країнах Південно-східної Азії з подальшим експортом). Компанія може повністю організувати виробничий процес в іншій країні і продавати товар у власній, таким чином отримуючи всі ресурси для власних цілей (IVECO-КрАЗ).

- *Формують портфель виробничих ресурсів.* БНП, які виробляють товари або послуги, можуть виявити переваги у диверсифікації джерел постачання. Ріст числа постачальників зменшує економічний ризик виробництва і розподілу. (БНП Західної Європи у нафтопереробній галузі отримують сировину з Росії, Румунії, Північного моря, Близького Сходу та ін.).

- *Сприяють доступу до технології і кваліфікації.* У випадку, коли власна технологія і управлінські навички є основними конкурентними перевагами у галузі, ПЗІ намагаються проникати в місця скупчення високотехнологічних фірм з високим рівнем менеджменту у вигляді відкриття філіалів або утворення спільних підприємств (європейські фірми в економіку США).

Попит на ПЗІ породжується:

- *Пошуком нових ринків.* Найбільш загальним виправданням ПЗІ є використання місцевого виробництва як засобу створення нового ринку продукту. Фірма може обрати ПЗІ в якості альтернативи іншим шляхам проникнення (експорт, ліцензія, франшиза, будівництво "під ключ" та ін.). Навіть у випадку, коли фірма експортує продукцію, місцеве виробництво може збільшити обсяги ринку (Jonson SC використовує в своїй стратегії в Україні і експорт, і СП).

- *Експортними обмеженнями.* Якщо національний ринок закритий для проникнення заборонними тарифами, квотами, іншими кількісними обмеженнями, ПЗІ можуть стати альтернативою проникнення товару на нього. Оскільки мова йде про обмеження кількості товару на закордонному ринку, то дане становище є примусовим з огляду попиту, а не ціни чи витрат. У випадку, коли квота або ембарго обмежують чи забороняють проникнення, ПЗІ та місцеве виробництво в стані задовольнити попит на закордонному ринку (японські автомобілі в США).

- *Необхідністю місцевої присутності.* Безпосередня присутність в приймаючій країні дає можливість збільшення продаж, оскільки породжує впевненість споживача у якісному обслуговуванні та додатковій пропозиції продукту. Крім цього, місцеве виробництво дозволяє фірмі адаптувати свою продукцію до вимог ринку, що не можна сказати про експортну продукцію.

- *Подоланням правила "buy National"* (схильність покупок у місцевих виробників).

- *Створенням іміджу "гарного корпоративного громадянина",* який здійснюється завдяки зайнятості місцевих працівників, сплатою податків, благодійній та іншій громадській діяльності. Така респектабельність може привести до схильності місцевих споживачів і гарному відношенню з боку державних органів. Тому, продажі шляхом ПЗІ і місцевого виробництва можуть бути більшими, ніж при звичайному експорті (Persi в Україні спонсорував розвиток хокею, Coca-Cola - збірну футбольну команду країни).

- *Реакцією на загрозу конкуренції.* Необхідною умовою успішної діяльності на ринку є недопущення конкуренції з боку інших БНП, яких також може зацікавити новий ринок. Тому завдяки ПЗІ, фірма не дозволяє конкуренту досягти монопольного положення і розширити бізнес на інших ринках (конкурентна боротьба GM -Daewoo на автомобільному ринку України)

Кожна з вищевказаних причин може бути використана для прийняття стратегічних рішень про іноземне інвестування, але, в будь-якому випадку, необхідно порівнювати ПЗІ з іншими альтернативними виборами для досягнення ТНК своїх цілей.