



ТЕМА 4

ФОРМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Основні поняття: експорт, експортна кооперація, спільне підприємництво, ліцензування, франчайзинг, підрядне виробництво, спільне володіння, пряме інвестування.

Зміст

1. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки
2. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішній ринок
3. Пошук партнерів при здійсненні ЗЕД

1. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки

Сукупність умов, що впливають на вибір підприємством способу виходу на зовнішній ринок, становить:

1. Умови ринку: відкритий чи закритий, з передовою чи відсталою торговельною структурою, в умовах лібералізованої чи централізованої економіки.

2. Умови, пов'язані з товаром: фірмова продукція чи товар пересічної якості; з технічним обслуговуванням чи без нього; легко чи важко експортується.

3. Умови, пов'язані з діяльністю підприємства: обмежені чи розширені цілі, наявність чи відсутність міжнародного досвіду, добре чи погано розвинений ресурсний потенціал (фінансовий, кадровий тощо).

Головними критеріями вибору конкретної форми виходу на ринок

є: - форма руху капіталу;

- рівень витрат, пов'язаних із виходом на закордонний ринок;

- ступінь привабливості інвестування;

- контроль ринку;

- можливість виходу з ринку.

2. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішній ринок

Експорт - вивіз за кордон товарів, які продані іноземним покупцям з метою їх безпосереднього споживання, продажу або для переробки. Переваги цього способу: потребує мінімальних змін у товарному асортименті підприємства, його структурі; потребує мінімальних інвестиційних витрат та поточних грошових зобов'язань; забезпечує мінімальний ризик при вході на ринок та легкість виходу.

Непрямий (опосередкований) експорт - продаж товарів на зовнішньому ринку за допомогою незалежних посередників (торговельні доми, міжнародні посередники, дистриб'ютори). Потрібен, коли виробник не має достатньо інформації про зовнішній ринок чи досвіду роботи на ньому.

Прямий експорт - продаж товарів на зовнішньому ринку самостійно (в даному випадку створюється експортний відділ, збутове відділення, закордонна філія, наймається комівояжер з експортних операцій).

Експортна кооперація – співробітництво на добровільній основі двох чи більше юридично і економічно самостійних підприємств на основі укладеного між ними договору.

Спільне підприємництво (спільна підприємницька діяльність) - об'єднання зусиль партнерів щонайменше з двох країн з метою організації спільної комерційної справи (ліцензування, підрядне виробництво, управління за контрактом, спільне володіння). Існує 4 види СПД: ліцензування (licensing); виробництво за контрактом (contract manufacturing) або підрядне В.; управління за контрактом (management contracting); підприємства спільного володіння (спільні підприємства).

Ліцензування / licensing - форма спільного підприємництва, яка базується на тому, що ліцензіар (продавець) передає ліцензіату (покупцеві) право на використання виробничого процесу, патенту, товарного знака в обмін на гонорар або ліцензійний платіж.

Франчайзинг – контрактна система управління і розподілу товарів і послуг компанії через широку чи обмежену мережу дистриб'юторів. По умовах контракту франчайзер (виробник) гарантує право і ліцензію тримачу франшизи (франчайзі) продавати на ринку товари чи послуги, а також використовувати торгову марку і модель бізнесу, розроблену франчайзером.

Підрядне виробництво (виробництво за контрактом) / contract manufacturing — форма спільного підприємництва, за якої національний виробник (продавець) укладає угоду із закордонними виробниками на виготовлення своєї продукції.

Спільне володіння (спільні підприємства) / joint ventures - форма спільного підприємництва, за якої об'єднуються зусилля зарубіжних та місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, котрим вони володіють та керують спільно.

Пряме інвестування (трансферт капіталу) - розміщення капіталу у власні закордонні складальні або виробничі підприємства, збутові філії. Передбачає інвестування капіталу в створення за кордоном власних виробничих філій, забезпечуючи найбільш повне залучення підприємства до ЗЕД.

3. Пошук партнерів при здійсненні ЗЕД

Важливим етапом просування підприємства на світовий ринок є пошук і вибір ЗЕ партнера (контрагента). **Контрагентами** в ЗЕД називають сторони, що перебувають у договірних відносинах щодо купівлі-продажу товарів, надання послуг, міжнародного руху факторів виробництва тощо.

Вибір зарубіжного партнера залежить від сукупності **чинників**, які відповідають меті виходу підприємства на зовнішні ринки: вид майбутньої зовнішньоекономічної угоди (експортна, імпортна, ліцензійна, страхування, кредитування тощо); предмет угоди (купівля-продаж товару чи надання послуг); фінансово-економічні умови угоди (наявність авансового платежу, купівля в кредит тощо); технічний рівень продукції підприємства, рівень технологічної бази і виробничі можливості; організація НДДКР і витрати на них; організація управління підприємством, в т.ч. ЗЕД; фінансовий стан підприємства; норми і правила, що діють в цій країні і регулюють відносини з партнером.

У міжнародній практиці для **оцінки потенційних партнерів** беруть до уваги наступні характеристики:

1. Ступінь солідності потенційного партнера (кількісні показники діяльності, масштаб операцій, ступінь платоспроможності, кількість зайнятих, в т.ч. в НДДКР).

2. Ділова репутація підприємства (наскільки воно добросовісно виконує свої зобов'язання, який у нього досвід в конкретній сфері бізнесу, вміння вести переговори на цивілізованому рівні).

3. Досвід попередніх угод. За наявності рівних умов перевага надається тому, хто добре зарекомендував себе при виконанні попередніх умов.

4. Позиції підприємства на зовнішньому ринку: чи є воно посередником, чи безпосереднім виробником (споживачем) продукції.

У будь-якому випадку найважливішими факторами для вибору партнера мають бути репутація фірми і її продукції, надійне фінансове становище і платоспроможність, достатній виробничий і науково-технічний потенціал.

ГЛОСАРІЙ

Експорт – вивіз за кордон товарів, які продані іноземним покупцям з метою їх безпосереднього споживання, продажу або для переробки.

Експортна кооперація – співробітництво на добровільній основі двох чи більше юридично і економічно самостійних підприємств на основі укладеного між ними договору.

Спільне підприємництво (спільна підприємницька діяльність) – об'єднання зусиль партнерів щонайменше з двох країн з метою організації спільної комерційної справи.

Ліцензування / licensing - форма спільного підприємництва, яка базується на тому, що ліцензіар (продавець) передає ліцензіату (покупцеві) право на використання виробничого процесу, патенту, товарного знака в обмін на гонорар або ліцензійний платіж.

Франчайзинг – контрактна система управління і розподілу товарів і послуг компанії через широку чи обмежену мережу дистриб'юторів.

Підрядне виробництво (виробництво за контрактом) / contract manufacturing – форма спільного підприємництва, за якої національний виробник (продавець) укладає угоду із закордонними виробниками на виготовлення своєї продукції.

Спільне володіння (спільні підприємства) / joint ventures – форма спільного підприємництва, за якої об'єднуються зусилля зарубіжних та місцевих інвесторів з метою створення місцевого комерційного підприємства, котрим вони володіють та керують спільно.

Пряме інвестування (трансферт капіталу) – розміщення капіталу у власні закордонні складальні або виробничі підприємства, збутові філії.

Питання для самоперевірки знань

1. Визначити критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки.
2. Навести класифікацію і характеристику форм виходу підприємств на зовнішній ринок.
3. Дати визначення поняттям експорт, експортна кооперація, спільне підприємництво, ліцензування, франчайзинг, підрядне виробництво, спільне володіння, пряме інвестування.
4. Описати процес пошук партнерів при здійсненні ЗЕД.

Рекомендована література: основна: 2,5; додаткова 4, 7.