

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО РОСТА НА ЗАГРАНИЧНЫХ РЫНКАХ

При анализе иностранных инвестиций чаще всего применяется макроэкономический подход и в этом случае объектом рассмотрения становится страна как реципиент привлекаемых инвестиций и страна-донор, которая вкладывает инвестиции за рубежом. Но при таком подходе вне рассмотрения оказываются участники инвестиционного процесса сами фирмы, которые имеют собственные индивидуальные мотивы для вложения инвестиционных средств самостоятельно или при разделе предпринимательского риска с участием местного делового партнера из принимающей страны. Конечно, в рамках стратегического планирования фирма учитывает самые различные макроэкономические, международные и политические факторы, а также законодательные нормы и административные предписания. А поэтому страны, стремящиеся привлекать иностранные инвестиции в национальную экономику, должны постоянно диагностировать и улучшать инвестиционную и предпринимательскую привлекательность собственной страны. В этом направлении в Республике Беларусь постоянно осуществляется организационная и нормотворческая деятельность на всех уровнях государственного управления (разрабатываются программы, проводятся инвестиционные форумы и т.д. и т.п.). Однако добиться коренного перелома в привлечении иностранных инвестиций, причем, прямых предпринимательских инвестиций известных транснациональных корпораций (ТНК) в реальный сектор экономики до сих пор не удалось. Хотя можно констатировать определенные успехи в банковской сфере. В связи с этим имеет смысл рассмотреть собственно инвестиционные стратегии как решающий фактор предпринимательского роста предприятий на зарубежных рынках. Это касается как иностранных предприятий, которые вкладывают инвестиции в экономику нашей страны, так и белорусских предприятий, которые постепенно приобретают характерные черты транснациональных компаний. При этом за аксиому можно принять, что именно зарубежные инвестиции, а соответственно и нанятой за рубежом персонал определяют статус транснациональности предприятия.

Поэтому при анализе инвестиционной стратегии как предпосылки транснационального статуса предприятия (в статике) и как формы проявления предпринимательского роста за рубежом (в динамике) следует выделять различные аспекты: технические, организационно-стратегические, предпринимательские.

Технический аспект инвестиционной стратегии состоит в переносе за рубеж отдельных стадий производственного, технологического цикла или всего производственного процесса. Речь идет об организации за границей сборочного производства или собственно заграничного производства на базе имеющихся у фирмы технологий и местных факторов производства (ресурсов). В результате происходят изменения в перераспределении цепочек создания стоимости между материнской компанией в стране базирования и ее структурными подразделениями за рубежом.

Организационные аспекты касаются вопроса выбора институциональной формы присутствия на зарубежном рынке в виде стопроцентного филиала, созданного с мест-

ным зарубежным партнером совместного предприятия или дочернего общества путем приобретения доли в уставном капитале функционирующего предприятия. При этом стратегической целью инвестиций может быть контроль и управление предприятием (прямые инвестиции) либо получение доходов на вложенный капитал, а сами инвестиции будут трактоваться как портфельные без прямого участия в управлении. Следует подчеркнуть, что часто портфельные инвестиции являются необходимым предварительным условиям дальнейших прямых капиталовложений и наращивания не только объемов производства, но и доли в уставном капитале для обеспечения полного контроля над деятельностью предприятия. Таким способом автомобильный концерн Фольксваген приобрел чешские предприятия Шкоды.

Предпринимательские аспекты инвестиционной стратегии состоят, с одной стороны, в дальнейшем развитии и углублении основной производственной деятельности фирмы в принимающей стране, которые будут сопровождаться наращиванием объемов производства продукции, а с другой стороны, в расширении сфер деловой активности фирмы на заграничном рынке за счет сбытовой, послепродажной деятельности и организации технического сервиса. Все это будет означать предпринимательский рост фирмы на микроэкономическом уровне. Последний в отличие от классического понятия «экономический рост» охватывает не только количественные параметры (темпы роста объемов производства, прибыли, оборотов, доля на рынке), но и организационные составляющие, и в частности постоянное совершенствование организационного строения фирмы в зависимости от масштабов зарубежной деловой активности.

Предпринимательский рост фирмы на основе инвестиционной стратегии может иметь две формы проявления: внутренний за счет реинвестирования полученной за рубежом прибыли в увеличение объемов производства, наращивания ассортимента выпускаемой продукции, а внешний за счет дополнительно выделяемых материнской компанией (иногда совместно с дочерней фирмой) инвестиций на приобретение действующих на рынке предприятий. Во втором случае речь идет чисто об организационном росте компании, интеграции в ее структуру подразделений и установления новых отношений кооперирования и специализации между ними.

На практике все это разные стороны одного процесса транснационализации капитала, основанном на зарубежных инвестициях, но в зависимости от глубины интеграции в экономику принимающей страны. Так, при сборочном заграничном производстве осуществляется последняя стадия многоступенчатого производственного процесса, а именно: монтаж и сборка конечного продукта из компонентов и полуфабрикатов материнской компании, а также его упаковка и рыночное оформление. В этом случае речь идет о переплетении производственно-хозяйственных связей двух стран, об интеграции операций материнской компании в стране базирования и ее дочернего филиала за рубежом. При собственно заграничном производстве дочерняя фирма осуществляет самостоятельно все фазы и стадии технологического процесса: производство (добыча и обработка) исходного сырья и упаковочных материалов, изготовление полуфабрикатов и комплектующих, их сборка или монтаж, упаковка и рыночное оформление товаров. При этом дочерняя фирма в гостевой стране ориентируется, как правило, на местный рынок факторов производства, в меньшей степени зависит от поставок материнской компании, а тем самым достигается высокая автономия в области производственного процесса.

Какие причины лежат в основе принятия руководством фирмы той или иной инвестиционной стратегии? Часто размещение за рубежом сборочного и собственного заграничного производства диктуется техническими и технологическими соображениями, которые зависят в первую очередь от отраслевой специфики производства и продукта/услуги, а также прочих параметров: размера предприятия, масштабов производства и особенности организации каналов сбыта и системы сервиса в зависимости от поставляемого на зарубежный рынок продукта. В целом же преобладают политико-правовые и экономические причины, а также социокультурные мотивы как в стране базирования, так и в гостевой стране. Например, размещение сборочного производства или производственного предприятия за границей может быть ответом иностранной фирмы на рестрикции целевой страны в отношении импорта ее продукции (высокие импортные налоги, таможенные пошлины, ограничительные импортные квоты), а иногда, наоборот, может являться следствием стимулирующих мероприятий принимающей страны, например в форме создания свободных экономических зон. Перевод в другие страны вредных производств может быть результатом давления, с одной стороны, экологических движений внутри страны базирования фирмы, а с другой - менее жесткими требованиями к стандартам безопасности и охране окружающей среды в странах-реципиентах. Кроме этого, отдельные фирмы таким образом стремятся уменьшить свою зависимость от общеэкономической обстановки внутри собственной страны, включая и возрастающую внутриотраслевую конкуренцию, или от колебаний валютных курсов. В качестве основных экономических причин выступают преимущества в издержках на основные факторы производства, коммуникацию, сервисные услуги, транспорт, а также система преференций и налогообложения гостевой страны. Посредством создания за рубежом сборочных производств и производственных предприятий и, соответственно, дополнительных рабочих мест иностранная компания формирует благоприятный образ у правительства и населения гостевой страны, что в свою очередь для фирмы означает улучшение взаимоотношений с местными органами власти и партнерами по бизнесу.

Следует подчеркнуть, что инвестиционная стратегия при переносе отдельных стадий производственного цикла за рубеж с позиций самого промышленного предприятия рассматривается как дополнение первичной экспортной стратегии, которые вместе образуют стратегию развития интернационализации деловой активности. При этом можно выделить простую экспортную стратегию и смешанную экспортно-инвестиционную стратегию, а также на основе аналогии простую и сложную стратегии инвестирования.

Простая экспортная стратегия предполагает насыщение зарубежного рынка из страны базирования промышленного предприятия путем экспортных поставок через внешнеторговых посредников.

Смешанная экспортно-инвестиционная стратегия предполагает создание за рубежом собственной товаропроводящей сети и сети сервисных центров, через которые будет реализовываться на целевом рынке готовая продукция из страны базирования предприятия. В данном случае чисто экспортная стратегия дополняется инвестиционной стратегией развития предприятия по обслуживанию экспортных поставок на зарубежном рынке, но это не требует капиталоемких инвестиций.

Простая инвестиционная стратегия будет означать помимо обычных экспортных поставок по насыщению целевого рынка перенос за рубеж стадий производственного цикла сборочного характера, создания готовой продукции, ее реализации и послепродажного обслуживания. В этом случае требуются более капиталоемкие производственные инвестиции как самостоятельно, так и в кооперации с местными деловыми партнерами.

Сложная инвестиционная стратегия, связанная с процессом транснационализации производства, предполагает создание производственных предпринимательских мест за границей на основе полномасштабных прямых иностранных инвестиций с полным производственным циклом, все более независимых в технологическом плане от материнской компании в стране базирования. Это будет своего рода автономная транснационально-инвестиционная стратегия, при которой экспортные поставки готовой продукции из страны базирования замещаются производимой в целевой стране продукцией, чтобы не создавать внутрифирменную ценовую конкуренцию. Однако, это не исключает экспортных поставок отдельных агрегатов, компонентов и комплекующих от материнской компании своим зарубежным предпринимательским местам.

Таким образом, инвестиционную стратегию может рассматривать как углубленный вариант экспортной стратегии предприятия, об этом будут говорить следующие дополнительные аргументы. Ведь в этом случае возрастают физические объемы экспорта как из страны базирования материнской компании, так и за счет производственной деятельности заграничных филиалов, что будет находить адекватное отражение в системе национальных счетов. По некоторым данным заграничные филиалы американских ТНК обеспечивают свыше 30% физического объема экспорта США. Если экспортные поставки будут реализовываться через собственные каналы сбыта при организации необходимого сервисного обслуживания на зарубежных рынках, то это будет означать инвестиционную стратегию и соответственно транснационализацию сбыта как необходимой стадии воспроизводственного процесса.

Возможен и параллельный вариант, когда основная часть готовой продукции реализуется посредством экспорта из страны базирования материнской компании через дилерскую и/или собственную сбытовую сеть, а частично за счет заграничного сборочного производства. Так в действительности и происходит, если рассматривать экономические взаимоотношения не в контексте двухсторонней модели: страна *A* и только страна *A*, а страна *A* и несколько стран. Со временем данное соотношение может изменяться в пользу заграничного производства. Это будет свидетельствовать о том, что экспорт готовой продукции из страны базирования материнской компании будет замещаться продукцией, созданной за рубежом в результате транснационализации производства. Может наступить и такая стадия транснационализации, когда начинается реэкспорт готовой продукции из зарубежных стран в страну базирования материнской компании с учетом фазы жизненного цикла технологии/продукта и потребительских предпочтений (примером может служить реэкспорт из Мексики в Германию модифицированных моделей народного автомобиля «Фольксваген - жук»), а также чистый экспорт в другие страны.

Кроме этого, в процессе транснационализации развивается сопутствующий экспорт из страны базирования материнской компании промежуточных продуктов: оборудования, компонентов, сырья, полуфабрикатов по внутрифирменным ценам от мате-

ринской компании либо рыночным ценам от независимых поставщиков. Для развитых индустриальных стран характерна еще более зрелая стадия транснационализации на макроуровне, когда за ведущими товаропроизводителями на зарубежные рынки следуют отечественные фирмы поставщики и банки со своими промежуточными продуктами и услугами. Наверное не случайно Беларусбанк открыл свой филиал в Китае и не только для привлечения китайских кредитов/инвестиций, но и для обслуживания возрастающих взаиморасчетов между китайскими и белорусскими торговыми партнерами.

На наш взгляд, чисто инвестиционная стратегия предприятия должна рассматриваться как углубленный вариант экспортной стратегии, ибо происходит комплексное насыщение рынка готовой продукцией при одновременном оказании сервисных и технических услуг и послепродажного обслуживания, а также промежуточной продукцией для нужд сборочного и производственного предприятия за рубежом. Это позволяет утверждать, что инвестиционная стратегия является предпосылкой и фактором предпринимательского роста фирмы на зарубежном рынке, что, в конечном счете, обуславливает рост индекса транснациональности, т.е. рост доли зарубежных активов в результате вложенных инвестиций, доли зарубежных продаж и иностранного персонала в общем балансе компании.

В настоящее время ведущие белорусские промышленные предприятия, в лучшем случае, реализуют на внешних рынках смешанную экспортно-инвестиционную стратегию или простую инвестиционную стратегию. Следовательно, они находятся на первоначальных стадиях превращения в классические транснациональные корпорации. Факт осознания, что по своему научно-техническому потенциалу и по международным ооновским критериям отнесения к ТНК отдельные белорусские предприятия (производственное объединение МТЗ и МАЗ) становятся транснациональными компаниями, потребует от них проведения более агрессивной инвестиционной стратегии на зарубежных рынках, добиваясь предпринимательского роста не только на основе внутренних, но за преимущественно за счет внешних инвестиций, а соответственно, петем расширения деловой активности на емких внешних рынках.

*

Валевич Р.П.

к.э.н., профессор, Белорусский государственный
экономический университет (г. Минск)

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИКИ ПРОДАЖ НА МЕЖДУНАРОДНОМ ТОВАРНОМ РЫНКЕ

Все страны мирового сообщества стремятся к наращиванию экспорта, к усилению роли стран товаропроизводителей на международных рынках. Экспорт крайне необходим стране для ее экономического выживания, обеспечения экономической безопасности. Его важность обусловлена тем, что он вместе с импортом формирует платежный баланс страны, позволяет зарабатывать средства для оплаты импорта и участвует в создании и увеличении национального дохода и выпуска продукции.