

УДК 339.94

О. О. Кахович,
к. держ. упр., доцент,
Ю. О. Кахович,
к. е. н., доцент

МОТИВИ СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОДНОГО ІЗ ВИДІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Визначено мотиви створення і функціонування спільних підприємств на основі теорій розвитку міжнародної торгівлі та сучасних досліджень вчених. Доповнено та уточнено визначення спільного підприємства.

Reasons and purposes of creation and functioning of joint ventures are investigated. Determination of joint venture is complemented and specified.

Ключові слова: спільні підприємства, іноземні інвестиції, зовнішньоекономічна діяльність, спільне підприємництво, прибуток, прямі іноземні інвестиції.

ВСТУП

Спільні підприємства як форма міжнародного співробітництва мають ряд переваг, однак і несуть багато ризиків для країни, яка приймає такого роду інвестиції. Теоретично спільні підприємства мають сприяти створенню робочих місць, впровадженню новітніх технологій, підвищенню конкурентоспроможності продукції, досягненню ефекту від інтеграційних процесів. Для того, щоб отримувати переваги від інтеграції до світової системи господарювання шляхом створення спільних підприємств, треба розглянути мотиви їх створення та функціонування.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Маємо з цього приводу чимало публікацій українських вчених, зокрема: О. Ступак, В. Александрова, М. Гороховатська, Т. Щедрина, М. Томілін, С. Фіногін, Л.І. Нейкова.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Необхідно визначити мотиви створення спільних підприємств для того, щоб довести ефективність цієї форми міжнародного спільного підприємництва.

РЕЗУЛЬТАТИ

Виділяють загальновідомі мотиви створення СП для національного партнера України: залучення іноземних інвестицій, скорочення ризику, збільшення виробничих потужностей та ресурсів, отримання передової технології та управлінського досвіду, підвищення кваліфікації трудових ресурсів, отримання нових матеріальних і фінансових ресурсів, розвиток науково-дослідної бази, використання торгової марки партнера, підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, додаткові ринки збуту.

Мотиви іноземного партнера: скорочення обсягу капітальних витрат, скорочення ризику, отримання досвіду управління операцій на місцевому ринку, придбання нових виробничих баз або джерел сировини, формування нових каналів збуту, доступ до дешевших ре-

сурсів, доступ до ресурсів яких нема в його країні, використання ринку збуту партнера.

Окрім перелічених мотивів створення спільного підприємства, необхідно виділити ефект синергії. Дане поняття відтворює той випадок, при якому поєднання деяких факторів (сил, потенціалів, процесів) здатне забезпечити підсумковий результат, який перевищує просту суму потенціалів, які беруть участь у даному процесі.

К.І. Іванченко у своїх дослідженнях зазначає, що мотиви об'єднання зусиль можуть бути різноманітними, але в основі їх лежить одна з чотирьох стратегій, що зумовлює виникнення СП з іноземним капіталом:

- 1) підвищення ефективності виробництва;
- 2) розширення операцій;
- 3) зменшення ризику при виробництві нових видів продукції;
- 4) розвиток сфер діяльності та відродження технологічних галузей [1].

В.І. Терехов, М.Є.Петрук узагальнюють мотиви створення СП, поділяючи їх на дві основні групи.

1. Використання можливостей для розширення ринку збуту своєї продукції на засадах співробітництва з іноземним партнером, зокрема опанування нових ринків, доступ до нових технологій, ресурсів.

2. Усунення шляхом кооперації з іноземним партнером слабких місць та недоліків у діяльності власного підприємства, таких як надто високий рівень витрат, дефіцит ноу-хау, незадоволена структура збуту, дефіцит виробничих потужностей.

Позиції авторів щодо виокремлення мотивів створення СП є різними. Слід підкреслити, що мотиви іноземного і національного партнерів теж відрізняються, а тому постає завдання визначити основну мету створення СП.

Цілі використання підприємцями спільних підприємств зумовлені внутрішніми протиріччями світового господарства, а також загостренням конкуренції. Протягом останніх років визначною силою у світі є загальна тенденція до інтернаціоналізації господарського

життя, яка супроводжується поєднанням національних економік у єдиний відтворюваний комплекс. Тенденцію до економічної інтеграції передбачали видатні мислителі минулого — І. Кант, А. Сен-Сімон, ЖЖ. Руссо. І. Кант одним із перших висунув ідею "союзу народів" і запропонував нову модель світу. Г. Перлмуттер вважає, що лейтмотивом створення сучасних підприємств повинне стати твердження, що шлях поодинокі в глобальній індустріальній системі неможливий, особливо конкурувати з японськими і західноєвропейськими фірмами.

Розглянемо зазначену проблему більш детально, оскільки відповідь на неї допоможе виявити причини, які є мотивом до міжнародного співробітництва та створення СП. Якщо розглядати мотиви міжнародного співробітництва крізь призму міжнародної торгівлі, то класичний підхід представляє ідею порівняльних переваг. Адаму Сміту належить визначення абсолютних переваг, на основі яких країна експортує товар, якщо витрати на його виробництво нижчі, ніж в інших країн. Надалі цю теорію удосконалив Давид Рікардо у вигляді концепції порівняльних переваг, згідно якої ринкові сили самі направляють ресурси країни туди, де вони можуть бути застосовані найбільш продуктивно, тобто країна може імпортувати товар, навіть якщо вона в змозі виробити його сама, але з більшими витратами у порівнянні з виробництвом інших товарів. Д.Рікардо ввів нове поняття — альтернативну вартість товару. Були й інші напрями, які пояснювали причини та вигоди від торгівлі. Теорія, розроблена Е.Хекшером і Б.Оліном, базувалася на тому, що країна отримує порівняльні переваги у тих галузях, в яких інтенсивно використовуються фактори, які є в надлишку. Продукція таких галузей експортується, а імпортується ті товари та послуги, у виробництві яких країна має порівняльний недолік факторів. Ця теорія має низку недоліків, зокрема не приймає до уваги торгівлю між національними філіями та спільними підприємства БНК.

Ідеї, на основі яких базується теорія порівняльних переваг на основі факторів, були актуальними у XVIII і XIX ст. Цей період характеризується як період промислової революції з переходом промислового капіталу на машинну стадію. Внаслідок машинного виробництва, набагато збільшився випуск продукції, для виробництва якої необхідна додаткова сировина і матеріали, частину з яких доводилося купувати в інших країн, а частину готової продукції також продавалася за кордоном. В цей період посилюється зовнішньоекономічна діяльність підприємств, а також взаємозалежність національних економік. Кінець XIX — початок XX ст. пов'язаний із переливом капіталу між країнами. Після Другої світової війни усе більше галузей ставали наукоємними, що послабляло роль забезпеченості факторами виробництва. Відбулася інтернаціоналізація конкуренції у багатьох сферах. Вплив інтернаціоналізації на світові господарські процеси має комплексний характер та охоплює практично всі підсистеми світового господарства і всі країни. Фірми починають проводити глобальну стратегію: по всьому світу продають свою продукцію, шукають матеріали і компоненти, з метою економії розміщують виробництво в інших країнах. Окрім цього, вони вступають у союзи з фірмами інших держав, щоб отримати доступ до "джерел їх сили". Глобалізація галузей промисловості ліквідує залежність фірм певної країни

від кількості в країні тих чи інших факторів виробництва. Капітал переходить із країни в країну. Там, де переваги в яких-небудь конкретних факторах важко забезпечити через ринок, БНК розміщують свої філії або створюють СП. Дж. Гелберт вважає, що багатонаціональна корпорація являє собою пристосування до потреб міжнародної торгівлі і споживчих товарів. У результаті цього корпорація створює свою мережу дочірніх спільних підприємств в різних країнах.

Інші підходи ґрунтуються на тому, що успіх в країні залежить від її внутрішнього ринку. За допомогою певних переваг внутрішнього ринку країна може ефективно вести свою діяльність на зовнішньому ринку.

Створення спільних підприємств ґрунтується на теоріях, які пояснюють мотиви вкладання прямих іноземних інвестицій. Їх умовно можливо поділити на два напрями: перший — теорії, що пояснюють іноземні інвестиції прагненням фірм до мінімізації витрат і максимізації прибутку; другий — теорії, які базуються на тому, що головними цілями іноземних інвесторів є прагнення фірм до росту і розширенню своїх ринків.

Перший напрям теорій ґрунтується на тому, що підприємці прагнуть до мінімізації витрат і максимізації прибутку. Це мотивує підприємців направляти свої капітали до дешевих джерел сировини або робочої сили, розширенню ринків збуту на основі досягнення технічних та технологічних переваг. Для іноземних інвесторів найбільш важливою метою можливо є зростання, а рентабельність як міра часу.

У економічній літературі представлена велика кількість наукових праць таких зарубіжних і вітчизняних вчених, як М.М. Алексєєва, Є.А. Афітов, Ю.Н. Єгоров, В.С. Єфремов, О.О. Орлов, В.Є. Москалюк, Б.Є. Грабовецький щодо системи фінансового планування та прогнозування, яка тісно пов'язана з кінцевими результатами виробництва, найважливішими з яких є прибуток. Автори вважають, що головним завданням підприємства в умовах ринку є організація виробничо-фінансової діяльності з метою задоволення потреб споживачів продукції та максимізації прибутку.

Прихильники другого напрямку ПІІ пояснюють нарощування закордонних вкладень прагненням інвесторів використовувати свої переваги в сфері організації, технології, виробництва, збуту з метою забезпечення своєї стабільності і росту. До цієї групи належать теорії "інтернаціоналізації" та "життєвого циклу товару" (ЖЦТ).

Теорія інтернаціоналізації базується на положенні про те, що ТНК створюють свій внутрішній ринок, замінюючи ринкові відносини контрактними відносинами між філіями та спільними підприємствами ТНК. Внаслідок цього зменшується вплив на корпорацію з боку зовнішнього середовища. Р. Коуз та О. Вільямсон розвинули теорію про ринок та ієрархію (фірму) як альтернативні можливості координації та організації економічної активності і класифікують спільні підприємства як гібридну, проміжну форму виходу на зовнішній ринок.

Теорія циклу життєвого товару Р.Вернона набула широкої популярності. Р.Вернон хотів пояснити, чому США виступає лідером у виробництві великої кількості нових та перспективних товарів. Попит на такі товари, приводить до того, що США стає піонером у виробництві нових товарів. Американські фірми експортують ці това-

ри на стадії розвитку виробництва, потім у міру зростання попиту за кордоном налагоджують їх виробництво і в інших країнах. З розповсюдженням технології такі товари починають випускати й іноземні фірми. Ця теорія визначає місце і роль спільних підприємств у стратегії сучасного бізнесу. Модель життєвого циклу товару базується на тому, що кожен товар проходить певні стадії життєвого циклу: народження, натуралізація і стандартизація.

Перша стадія характеризується тим, що для створення нового товару необхідні значні витрати на дослідження і введення його у виробництво. Окрім цього, необхідна робоча сила належної кваліфікації, а також емний місцевий ринок для забезпечення достатнього попиту на новий товар. Через це виробництво товарів починається зазвичай у найбільш розвиненій країні.

На другій стадії життєвого циклу товару розвивається процес стандартизації, збільшується економія від обсягів виробництва і у міру зменшення масштабів виробництва зростає попит на товар. Попит в інших країнах задовольняється першочергово за рахунок експорту, а потім шляхом створення місцевого виробництва цього товару.

Третя стадія характеризується виробництвом стандартизованого товару. На цій стадії для зведення витрат до мінімуму здійснюються прямі іноземні інвестиції, на основі яких створюються СП в країнах, де, як зазначають дослідники П.Баклі і М.Кессон, менші витрати на робочу силу.

Згідно з даною концепцією, створення спільних підприємств з іноземними капіталом для кожного підприємця визначається технологією виробництва, міжнародним розміщенням факторів виробництва, відносними перевагами виробництва даного товару в тій чи іншій країні, а також умовами реалізації цього товару.

У своїх дослідженнях Р. Вернон дійшов до висновку, що готовність підприємств США на певній стадії розвитку свого товару шукати більш низькі витрати шляхом розміщення виробництва за кордоном підсилюється тим фактором, що розмір прибутку, пов'язаний з обробкою промислових товарів, зменшується у міру того, як початкова монопольна стадія починає підходити до кінця.

Теорія життєвого циклу товару має цілий ряд недоліків: вона пояснює тільки інвестиції в СП, пов'язані з виробництвом нового товару, і не дає пояснень товарам, які знаходяться на ринку тривалий час, за допомогою цієї теорії можливо пояснити інвестиції із США в Західну Європу в 50—60-х ХХ століття, оскільки в цей період існувала велика різниця в розмірі заробітної платні в США і в Європі. На теперішній час застосування цієї теорії не є актуальним [2].

На наш погляд, теорія ЖЦТ має сенс, тому що життєвий цикл товару можливо продовжувати за допомогою перенесення його виробництва з розвинених країн в країни, які розвиваються на основі створення СП або інших організаційних форм підприємницької діяльності. Необхідно враховувати те, що, коли країна ставить за мету залучати передову техніку і технологію, то дана теорія це виключає, тому що дає продовження ЖЦ техніці і технологіям, які не є новітніми на світовому ринку.

Таким чином, мотиви іноземних інвесторів теорія ЖЦТ пояснює наступними факторами.

1. Підприємство, вкладаючи інвестиції за кордон, має певні переваги, які є результатом його доступу до фінансових ресурсів, факторів виробництва, інформації, нові-

тньої технології, до більш передових методів управління, фінансування, маркетингу, організації виробництва. Окрім цього воно має відому торгову марку і можливість отримати економію від масштабу діяльності.

2. Підприємство-інвестор має можливість використовувати вигоди від розміщення в будь-якій країні — вигоди інтернаціоналізації.

3. Підприємство може використати в своїх цілях вигоди, які надає приймаюча країна іноземним інвесторам.

Дослідження показали, що вчені не дійшли до спільної думки про те, яка ж загальна мета створення спільних підприємств.

Як було зазначено вище, СП — це підприємство з іноземними інвестиціями, згідно визначенню іноземних інвестицій вони вкладаються для отримання прибутку і соціального ефекту.

Мотиви створення СП, які визначають автори, є, безперечно, важливими. Однак, необхідно мати на увазі, що головним кінцевим стимулом введення будь-якої підприємницької діяльності є отримання прибутку.

Діяльність підприємця буде недоречною, якщо в результаті своєї діяльності він не буде отримувати прибутку. Оскільки прибуток для підприємця виступає: фінансово-економічним показником його діяльності; основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів, яке забезпечить розвиток підприємства; головним джерелом збільшення ринкової вартості підприємства; основним захисним механізмом від загрози банкрутства підприємства.

Прагнення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств як форми бізнесу пояснюється цілою низкою причин, до основних необхідно віднести прагнення до збільшення кінцевого прибутку, а також потребу в продовженні життєвого циклу промислової продукції і можливість за допомогою іноземного партнера розподілити ризики та витрати на організацію нових підприємств.

На основі проведених досліджень щодо сутності спільного підприємства та визначення мотивів його створення справедливим є визначення, яке більш повно охоплює усі його особливості: спільне підприємство — це підприємство, яке виступає суб'єктом ЗЕД, є найбільш розвинутою формою міжнародної кооперації, яка базується на спільному капіталі суб'єктів господарської діяльності однієї країни та суб'єктів господарської діяльності інших країн на основі прямих іноземних інвестицій, на спільному управлінні, спільному розподілі результатів та ризиків для отримання прибутку.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження було визначено мотиви та цілі створення спільних підприємств, які, в свою чергу, повинні привести до ефективної стратегії створення спільних підприємств.

Література:

1. Іванченко К.І. Особливості розвитку спільних підприємств в Україні / К.І. Іванченко // Регіональні перспективи. — 2000. — № 1 (8). — С. 80—82.
2. Ступак О. Теоретичні аспекти розвитку спільного підприємства / О. Ступак // Формування ринкових відносин в Україні. — 2001. — Випуск 12. — С. 31—33. *Стаття надійшла до редакції 15.02.2012 р.*