

К ВОПРОСУ ОБ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Определенных успехов в интернационализации предпринимательства достигли государства СНГ, страны Восточной Европы, а для индустриальных стран Запада этот процесс стал уже традиционным. Так, в России в 1994 г. действовало 5505 предприятий с иностранными инвестициями, которые произвели промышленной продукции и оказали услуг на 12,9 трл.руб. или на 160% больше, чем в 1993 г. На территории Республики Беларусь в 1994 г. работало 288 предприятий с иностранными инвестициями или на 20% больше чем в 1993 г. Наиболее крупными иностранными инвесторами из стран дальнего зарубежья оказались фирмы Германии (56,7 млн.долл.), Италии (20,5) Венгрии (13,6), Великобритании (7,9)¹. Понятие "интернационализация предпринимательства" в широком смысле трактуется теоретиками как взаимопереплетение капитала, торговли, миграции рабочей силы, а в узком — как процесс переноса деловой экономической активности фирмы в форме экспорта товаров/услуг или прямого инвестирования за границу. Процессы интернационализации взаимовыгодны для участвующих в ней как стран, так и отдельных предприятий, поэтому необходима их дальнейшая теоретическая и практическая разработка в соответствии с потребностями хозяйственной жизни. Этим целям должны соответствовать и учебные программы вузов.

В 1994 по сравнению с 1993 г. объем продаж предприятий с иностранными инвестициями в Республике Беларусь возрос на 140%. Экспорт таких предприятий в 1994 г. достиг 57,4 млн.долл., что на 80% больше уровня 1993 г. Крупными торговыми партнерами по экспорту являются: Германия — 35% общего объема экспорта совместных предприятий, Австрия — 21, Польша — 12%. Импорт совместных предприятий Республики Беларусь в 1994 г. возрос по сравнению с 1993 на 20%, более 2/3 его приходится на Германию, Польшу, США².

Экономистам известно около 50 подходов обоснования интернационализации предпринимательства. Они подразделяются на **микроэкономический**, рассматривающий деятельность фирм; **макроэкономический** — отношения между странами в сферах торговли, капитала, миграции, конкуренции; **поведенческий** — тактика и стратегия решений фирмы; **эмпирический** — анализ мотивов менеджеров.

В настоящее время для интернационализации предпринимательства особенно актуальна разработка в теоретическом плане ее микроэкономического и поведенческого подходов.

Цель микроэкономического подхода состоит в том, чтобы обосновать, почему отдельные предприниматели активно вкладывают инвестиции в экономику других стран. Микроэкономика исследует деятельность фирм, отдельных предпринимателей, их деловую активность на различных международных рынках. При этом в микроэкономических исследованиях интернационализации нередко используется инструментарий неоклассической экономической теории, экстраполированный на сферу международного бизнеса, международной конкуренции, мировых рынков и цен. В теоретическом плане утвердились понятия совершенной и несовершенной конкуренции как ядро модели неоклассической теории. На их основе можно прогнозировать деятельность фирм, анализировать практические ситуации. Фирмы, стремящиеся минимизировать предпринимательский риск, в условиях совершенной конкуренции активно инвестируют капиталы в иностранные предприятия, добиваясь превращения их в свои филиалы. Инвестор будет стремиться максимально диверсифицировать свои активы, чтобы не подвергать опасности отдельные их части. Капитал не рекомендуется вкладывать в одну большую инвестиционную корзину, которая может принести либо прибыль, либо убытки. Отработаны различные варианты получения среднего дохода с наименьшим риском. Стремление к диверсификации, типичное для минимизирующих риск инвесторов, не вызывает у них готовности к захвату контрольных пакетов акций у других инвесторов. В общем же

ситуации совершенной конкуренции менее типичны для мировых рынков, чем ситуации несовершенной конкуренции.

Теория несовершенной международной конкуренции исследует преимущества фирмы, необходимые для успешного инвестирования. Так, Киндлебергер выделяет четыре группы монополистических преимуществ, обеспечивающих прибыльность прямых зарубежных инвестиций³. Во-первых, фирма должна иметь преимущество в конкуренции с другими в условиях несовершенной конкуренции на товарных рынках. Для этого можно использовать дифференциацию продукции и особенности маркетинга. Во-вторых, при несовершенной конкуренции необходимо добиваться преимущества факторов производства, включая запатентованные или иначе сохраняемые технические достижения, а также знания, способности и квалификации менеджмента. Эти два пункта связаны с рыночным несовершенством. В-третьих, фирмы, вовлеченные в несовершенную конкуренцию, обладают внешней и внутренней экономичностью. В-четвертых, конкурентное преимущество может обеспечиваться государственными интервенциями, например: ограничением доступа на рынок путем правительственных квот и таможенных пошлин.

Итак, чтобы быть конкурентоспособным, иностранный инвестор должен обладать рядом преимуществ над местными предпринимателями. Ведь последние лучше знают свои рынки, они избавлены от дополнительных издержек, возникающих при управлении предприятиями на расстоянии. Преимущество иностранного инвестора над местным конкурентом может выражаться в новой технологии, как правило, запатентованной. Иностранному инвестору также должен иметь свободный доступ к источникам капитала в особо крупных размерах, которого лишены местные фирмы. Международный статус фирмы позволяет ей получать свободный доступ на рынки многих зарубежных стран. Используя свои преимущества, такая фирма должна зарабатывать за рубежом прибыли гораздо больше, чем в стране базирования. И на зарубежных рынках, в принимающих странах, ее прибыли должны превосходить прибыли местных предприятий. Преимущества фирмы могут состоять не только в лучшей технологии или источниках сырья, но и в экономии на издержках за счет синхронизации операций, дифференциации товара, эффективной рекламе, совершенной системе управления. Здесь речь идет о монополистических преимуществах фирмы, осуществляющей заграничные инвестиции, перед отечественными фирмами, которые оперируют на своем внутреннем рынке. В этом случае о первой фирме можно говорить как о монополисте по отношению к отечественной фирме-конкуренту. Экономическое обоснование прямого зарубежного инвестирования – это всего лишь расширение поля принятия решений за пределы национальных границ. Для того чтобы в полной мере использовать потенциальные выгоды, вытекающие из ее преимуществ, фирма нередко предпочитает собственность и контроль удерживать в своих руках. Если она ослабляет такой контроль и даже предполагает разделить с кем-либо владение зарубежным предприятием, то монополистические преимущества фирмы могут быть утрачены.

Одной из разновидностей несовершенной международной конкуренции является олигополистическая. По мнению Е.Грахама, выход на олигополистический рынок предприятия, контролируемого из-за границы, разрушает сложившиеся структуры и образ поведения фирм⁴. В результате на зарубежном для фирмы рынке возникает ответная реакция через снижение цен, дифференциацию продуктов, предпринимательские соглашения. Тем самым местные фирмы пытаются, с одной стороны, конкурировать с зарубежными, что улучшает ситуацию на внутреннем рынке, с другой – пытаются создать монополистические образования, что не выгодно данной стране и ведет к увеличению цен, монопольному диктату. На рынке же страны фирмы-инвестора предприниматели, наоборот, стремятся к прямому зарубежному инвестированию или экспорту, так как это препятствует монополизму фирм, работающих на заграничный рынок, и приносит выгоду стране-экспортеру. Такой вид конкуренции уже стал характерным для восточноевропейских стран и государств СНГ, что в целом улучшает ситуацию конкуренции, ослабляет диктат иностранного капитала.

К типу олигополистической конкуренции относится и "краткосрочная конкуренция среди немногих", нацеленная на контроль за рынком. Например, крупные компании создают за рубежом предприятия, на первый взгляд, малопримечательные,

быльные, но с перспективой устранения конкурентов на этих рынках. Реже создаются убыточные предприятия в одной стране, а прибыльные – в другой. Все это делается с намерением полностью захватить рынок в расчете на его будущую перспективность. Итак, готовность инофирм к инвестированию проявляется при наличии у них фирменно-специфических преимуществ, что может дополняться рассредоточением портфельных инвестиций, преодолением торговых и таможенных барьеров благодаря государственному стимулированию этого предпринимательства. Фирменно-специфические преимущества – это, естественно, конкурентное преимущество. Источники конкурентного преимущества состоят из первичной деятельности, что включает постоянное производство, сбыт и послепродажное обслуживание товара и вторичной деятельности, под которой подразумевается обеспечение компонентами производства, как-то: технологией, людскими ресурсами, инфраструктурой. Все виды деятельности фирмы взаимосвязаны, поэтому источники конкурентного преимущества зависят от взаимодействия ее поставщиков, каналов сбыта и ценности произведенного продукта для потребителей. Фирма разрабатывает свою стратегию достижения конкурентного преимущества, которая включает внедрение в производство новых технологий, разработку наиболее экономных методов доставки товара, расширения услуг, открытия новых сегментов рынка с учетом изменяющихся запросов покупателей.

В интернациональной деятельности фирм выделяются и ее специфические поведенческие мотивы-направления. Среди них выделяют пять основных.

Первое объясняет прямое зарубежное инвестирование личными целями менеджеров. Другим является стремление фирмы получить на вложенный за границей капитал более высокий процент, вложить капитал в более выгодное место.

Третье направление обусловлено классической проблемой разделения собственности и распорядительной власти, т.е. отделения капитала-собственности от капитала-функции. В соответствии с этой концепцией менеджер стремится к большому игровому пространству, чтобы обеспечить гарантированное получение высоких доходов. В этом плане прямое зарубежное инвестирование очень выгодно, так как собственник ограничен в возможностях контролировать деятельность менеджеров за границей, где появляются возможности уменьшения налогов, пересчета валют и другие способы увеличения доходов.

Четвертое направление рассматривается на основе теорий международных предприятий и издержек при транснациональных операциях. Так, предполагается, что высокие организационные расходы рынков и их несовершенства стимулируют интернационализацию товарных потоков в виде экспорта. Такое положение наблюдается как в Содружестве Независимых Государств и в странах Восточной Европы, так и в развивающихся странах. Цены на отечественные товары в этих регионах порой выше мировых, поэтому западным странам вполне выгоден экспорт своих товаров, в том числе и низкого качества.

Пятое направление базируется на концепции жизненного цикла продукта. Интернационализация в этом случае рассматривается как следствие стремления продлить жизненный цикл продукта, для чего ищутся дополнительные заграничные рынки. И эта теория оправдывает себя в недостаточно промышленно развитых странах.

Таковы основные положения теории интернационализации предпринимательства.

¹ Белорусская деловая газета. 1995. 20 июля.

² Там же.

³ Kindleberger C. P. International Economics. 5 th ed., Homewood. 1973.

⁴ Graham E. M. // Journal of Post Keynesian Economics. 1978. V.1.