

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС: КОНКУРЕНЦИЯ НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ

Прямые зарубежные инвестиции

Глава 3. Глобальная торговая и инвестиционная среда





Прямые зарубежные инвестиции в мировой экономике

Прямые зарубежные инвестиции (ПЗИ) имеют место быть в тех случаях, когда организации напрямую инвестируют в производство или сбыт товара в зарубежной стране. По определению Министерства торговли Соединенных Штатов, прямыми зарубежными инвестициями США считается, если, например, американский гражданин, организация или аффилированная группа приобретают долю в размере 10% и более в зарубежном предприятии. Фирма, осуществляющая ПЗИ, становится транснациональным предприятием. ПЗИ осуществляются в двух формах.

Первая – инвестиции с нулевого цикла, предусматривающие создание нового предприятия в зарубежной стране.

Вторая форма предусматривает покупку уже существующей фирмы или слияние с ней в зарубежной стране.

Теории прямых зарубежных инвестиций

В этой лекции мы познакомимся с несколькими теориями прямых зарубежных инвестиций. Эти теории рассматривают различные аспекты ПЗИ с трех дополняющих друг друга точек зрения.

Первая группа теорий пытается объяснить, почему фирмы отдают предпочтение прямым инвестициям как средству проникновения на зарубежный рынок при наличии двух альтернативных вариантов: экспорта и лицензирования.

Вторая группа определяет наблюдаемые модели потоков ПЗИ.

Третий теоретический подход, получивший название эклектической парадигмы, пытается объединить две первые точки зрения в единую концепцию, объясняющую прямые зарубежные инвестиции.

Стратегическое поведение

Одна из теорий основывается на представлении о том, что потоки ПЗИ отражают стратегическое соперничество между фирмами на глобальном рынке. Ф. Т. Кликербокер объясняет первоначальный вариант этого аргумента, рассматривая зависимость между ПЗИ и конкуренцией в олигополистических отраслях. Олигополией считается отрасль, образованная ограниченным числом крупных фирм. Например, отрасль, в которой четыре фирмы контролируют 80% отечественного рынка, будет квалифицирована как олигополия. Важнейшей конкурентной характеристикой таких отраслей является взаимозависимость крупных игроков. То, что делает одна фирма, может оказывать немедленное влияние на ее крупных конкурентов, вызывая их ответную реакцию. За счет снижения цены, одна фирма в олигополии может отобрать часть рыночной доли у своих конкурентов, вынуждая их реагировать сходным снижением цены для сохранения своей доли. Таким образом, взаимозависимость между фирмами в олигополии вызывает подражательное поведение: другие фирмы олигополии обычно быстро копируют то, что делает их конкурент. Подражательное поведение может принимать в олигополии различные формы. Одна фирма повышает цены, и другие последуют ее примеру; одна фирма наращивает производственные мощности – другие делают то же самое, чтобы не оказаться в невыгодном положении в будущем. Кликербокер утверждал, что такой же тип подражательного поведения характеризует и ПЗИ. Рассмотрим гипотетическую олигополию в США, на рынке которой доминируют три фирмы: А, В и С. Фирма А открывает филиал во Франции. Фирмы В и С решают, что если этот филиал будет работать успешно, то он вынудит их переориентировать их экспортный бизнес на Францию и обеспечит фирме А преимущество первопроходца в этой стране. Кроме того, фирма А может обнаружить во Франции конкурентоспособные активы, которые она сумеет репатриировать в США, чтобы создавать трудности фирмам В и С на их отечественном рынке. С учетом этих возможностей фирмы В и С решают также открыть свои филиалы во Франции.



Жизненный цикл товара

Теория жизненного цикла товара Реймонда Вернона, используется для объяснения ПЗИ. Вернон утверждал, что нередко те же самые фирмы, которые первыми продвигали свой товар на отечественный рынок, осуществляли затем ПЗИ, чтобы производить этот товар для потребления на зарубежных рынках. Так, Херох, первым начавший продавать фотокопировальные устройства в США, создал затем производственные мощности в Японии (Fuji-Xerox) и Великобритании (Rand-Xerox) для обслуживания рынков этих стран. Идея Вернона заключается в том, что фирмы осуществляют ПЗИ на конкретных этапах жизненного цикла товара, который они сами создали. Они инвестируют в другие передовые страны, когда спрос в этих странах становится настолько высоким, чтобы поддерживать местное производство (как поступал Херох). Затем они переводят производство в развивающиеся страны, когда стандартизация товара и рыночная ситуация порождают ценовую конкуренцию и борьбу за сокращение издержек. Инвестиции в развивающиеся страны с низкой стоимостью труда рассматриваются как наилучший способ снижения себестоимости товара.

Теория Вернона имеет свои достоинства. Фирмы действительно инвестируют в зарубежную страну, когда спрос в этой стране начинает поддерживать местное производство, и они действительно инвестируют в страны с низким уровнем издержек, когда усиливается потребность в снижении себестоимости товара. То, что эта теория не способна определить, когда становится выгодно делать инвестиции в другую страну, ограничивает ее практическую значимость и пользу для бизнеса.

Политическая идеология и прямые зарубежные инвестиции

Традиционно, политическая идеология ПЗИ в разных странах находится в диапазоне от догматической, радикальной, проявляющей враждебность к любому притоку, до либеральной, приверженной принципам невмешательства в деятельность экономики свободного рынка. Между двумя этими крайними подходами располагается третий подход, который может быть назван прагматическим национализмом.

Радикальная точка зрения

Радикальная точка зрения уходит корнями в политическую и экономическую теорию марксизма. Радикальные авторы утверждают, что транснациональное предприятие (ТНП) является инструментом империалистического господства. Они рассматривают ТНП как инструмент эксплуатации развивающихся стран в интересах развитых империалистических государств, в которых и создаются ТНП. Они также доказывают, что ТНП извлекают и вывозят прибыль из бедных стран, не оставляя им ничего взамен. К примеру, они указывают, что ТНП жестко контролируют ключевую технологию, и что основные должности в их зарубежных филиалах занимают не местные жители, а граждане из страны происхождения ТНП.

Из-за этого, по словам приверженцев радикальной точки зрения, ПЗИ, осуществляемые ТНП, из передовых капиталистических стран делают менее развитые в промышленности, отсталые с точки зрения инвестиций, специалистов и технологий. Таким образом, в соответствии с крайностью такого подхода, ни одна страна не должна разрешать зарубежным корпорациям осуществлять ПЗИ в свою экономику, так как ПЗИ являются не инструментами экономического развития, а лишь инструментами достижения экономического господства. Те ТНП, которые уже проникли в страну, должны быть немедленно национализированы.

Либеральная рыночная точка зрения

Либеральная рыночная точка зрения берет начало от классических теорий экономики и международной торговли Адама Смита и Давида Рикардо. В соответствии с либеральной



точкой зрения, международное производство должно распределяться по разным странам в соответствии с теорией сравнительного преимущества. Страны должны специализироваться на производстве тех товаров и услуг, которые они могут создавать наиболее эффективно. В рамках этой концепции ТНП служат инструментом распределения производства товаров и услуг по наиболее эффективным территориям по всему миру. В этом смысле ПЗИ, осуществляемые ТНП, повышают общую эффективность мировой экономики.

Представьте, что Dell Computers решила перевести операции по сборке части своих компьютеров из США в Мексику с целью снижения затрат на оплату труда. В соответствии с либеральной точкой зрения, такая мера может рассматриваться как способствующая повышению общей эффективности использования ресурсов в мировой экономике. Мексика, благодаря низкому уровню оплаты труда, имеет сравнительное преимущество в сборке ПК. За счет перевода производства ПК из США в Мексику, Dell высвобождает американские ресурсы для использования в тех видах деятельности, в которых США имеют сравнительное преимущество (например, разработка компьютерного ПО, производство деталей с высокой долей добавленной стоимости, таких как микропроцессоры, или проведение фундаментальных исследований). Кроме того, выгоду получают потребители, потому что стоимость ПК окажется ниже, чем при их сборке в США. Наконец, выгоду получит Мексика в виде навыков, технологий и капитала, которые Dell переведет в эту страну вместе со своими ПЗИ. В отличие от радикальной точки зрения, либеральная точка зрения подчеркивает, что такой перевод ресурсов в другую страну приносит этой стране выгоду и стимулирует ее экономический рост. Таким образом, в соответствии с либеральной точкой зрения, ПЗИ приносит выгоду и стране-источнику ПЗИ и стране-реципиенту.

Прагматичный национализм

На практике многие страны не используют ни радикальную политику, ни либеральную рыночную политику, и предпочитают политику, которая лучше всего может быть определена как прагматичный национализм. В соответствии с концепцией прагматичного национализма, ПЗИ имеют как выгоду, так и издержки. ПЗИ могут принести выгоду стране-реципиенту в виде получения капитала, трудовых навыков, технологий и рабочих мест, но все это приобретается ценой определенных издержек. Когда товары производит иностранная, а не отечественная компания, то прибыль от инвестиций уходит за рубеж. Многие страны озабочены тем, что находящиеся в иностранной собственности производственные предприятия импортируют слишком много деталей, что негативно влияет на состояние платежного баланса страны, получающей ПЗИ.

Выгоды и издержки ПЗИ

В том, что касается ПЗИ, многие государства в большей или меньшей степени считаются прагматичными националистами. Далее мы исследуем выгоды и издержки ПЗИ: сначала с позиций страны-реципиента, а затем с позиций страны источника. Мы рассмотрим политические инструменты, которые может использовать государство для управления ПЗИ.

Эффекты переноса ресурсов

ПЗИ могут вносить позитивный вклад в экономику страны-реципиента, обеспечивая ей получение капитала, технологии и управленческие ресурсы, которые иначе были бы для нее недоступны, таким образом способствуя повышению темпов экономического развития этой страны.



Что касается капитала, то многие ТНП, благодаря своему размеру и финансовой мощи, имеют доступ к финансовым ресурсам, недоступным фирмам страны-реципиента. Эти средства могут получаться из внутренних источников транснационального предприятия, или же репутация ТНП делает для него заимствование средств на рынках капитала более легким, чем для фирм страны-реципиента ПЗИ.

Что касается технологии, то вы должны помнить, что технология может стимулировать развитие и индустриализацию экономики. Технология может принимать две формы, каждая из которых по-своему ценна. Технология может быть включена в производственный процесс (например технология поиска, извлечения и переработки нефти) или в продукт (например, ПК). Однако многие страны не обладают научно-исследовательской базой и высококвалифицированными специалистами, необходимыми для создания собственных передовых технологий, включаемых в товары и процессы. Это особенно характерно для менее развитых стран. Им приходится полагаться на промышленно развитые страны в вопросе получения технологий, необходимых для стимулирования экономического роста, а ПЗИ как раз и способны предоставить им такие технологии.

Повышение занятости

Еще один положительный эффект ПЗИ заключается в том, что они приводят к созданию в стране-реципиенте новых рабочих мест. ПЗИ оказывают на занятость как прямое, так и косвенное воздействие. Прямое воздействие возникает благодаря тому, что зарубежное ТНП принимает на работу местных граждан. Косвенное воздействие проявляется тогда, когда в результате ПЗИ новые рабочие места создаются у местных поставщиков и когда происходит рост расходов местного населения, работающего на дочерней фирме ТНП. Косвенное воздействие на занятость часто оказывается таким же или еще большим, чем прямое воздействие. Например, когда Toyota решила открыть новый автомобильный завод во Франции, то это привело к созданию 2000 новых рабочих мест на самом заводе и еще 2000 рабочих мест во вспомогательных отраслях.

Выгоды страны, являющейся источником ПЗИ

Выгоды от ПЗИ для страны, являющейся их источником, возникают по трем причинам.

Во-первых, платежный баланс страны-источника выигрывает от притока доходов из-за рубежа. ПЗИ также могут пойти на пользу платежному балансу страны-источника, если зарубежная дочерняя фирма создает спрос на экспорт из страны-источника такой продукции, как промышленное оборудование, комплектующие, комплементарные товары и т. п.

Во-вторых, выгоды от ПЗИ для страны-источника появляются в результате повышения занятости. Как и в случае с платежным балансом, позитивное воздействие на занятость возникает, когда зарубежная дочерняя фирма создает спрос на экспорт из страны-источника. Таким образом, инвестиции Toyota в сборочные автомобильные предприятия в Европе улучшили состояние платежного баланса Японии и повысили занятость в этой стране, потому что Toyota импортирует некоторые комплектующие для своих европейских сборочных предприятий непосредственно из Японии.

В-третьих, выгода возникает, если зарубежное дочернее предприятие приобретает в результате работы на зарубежном рынке ценные знания и навыки, которые может передать в свою страну. Это равносильно эффекту переноса ресурсов. Благодаря работе на зарубежном рынке, дочерняя компания может перенять передовые методы менеджмента и производственные технологии. Затем эти ресурсы могут быть перенесены обратно в страну источник и способствовать ее экономическому росту.



Теория ПЗИ

Теория ПЗИ позволяет сделать несколько очевидных выводов для практики бизнеса. Следует отметить, что аргумент о преимуществах конкретного места, ассоциируемый с Джоном Даннингом, действительно помогает объяснить направление ПЗИ. Однако этот аргумент не объясняет, почему фирмы предпочитают ПЗИ лицензированию или экспорту. В этом отношении для объяснения ПЗИ и для практики бизнеса наиболее полезными, возможно, являются те теории бизнеса, которые сосредоточены на недостатках экспорта и лицензирования, то есть на теориях интернационализации. Такие теории полезны потому, что они довольно точно определяют, как изменяется относительная прибыльность ПЗИ, экспорта и лицензирования в зависимости от обстоятельств. Эти теории предполагают, что экспорт предпочтительнее, чем лицензирование и ПЗИ, до тех пор, пока расходы на транспортировку незначительны, а торговые барьеры невысоки. Как только расходы на транспортировку и барьеры повышаются, экспорт становится неприбыльным, и выбор приходится делать между ПЗИ и лицензированием. Так как при прочих равных условиях ПЗИ более затратны и более рискованны, чем лицензирование, то теория утверждает, что лицензирование предпочтительнее ПЗИ. Однако равенство прочих условий встречается редко. Хотя лицензирование может обеспечивать хорошие результаты, оно оказывается не лучшим вариантом, когда выполняется одно или несколько из следующих условий:

(а) Фирма обладает ценным ноу-хау, которое не может быть адекватно защищено с помощью лицензионного соглашения.

(б) Фирме необходимо жестко контролировать иностранное предприятие для максимизации рыночной доли и доходов в зарубежной стране.

(в) Умения и способности фирмы нельзя передать в рамках лицензионного соглашения. На рисунке 1 эти соображения представлены в виде дерева решений.

Фирмы, для которых лицензирование оказывается не лучшим выбором, обычно концентрируются в отраслях трех типов.

1. Высокотехнологичные отрасли, в которых защита уникальных знаний и умений фирмы имеет огромное значение, а лицензирование эту защиту ослабляет.

2. Глобальные олигополии, в которых взаимозависимость конкурентов требует, чтобы ТНК осуществляли жесткий контроль за своими зарубежными операциями и, таким образом, имели возможность осуществлять скоординированные атаки на своих глобальных конкурентов (как действовал Kodak против Fuji).

3. Отрасли, в которых необходимость снижения издержек требует, чтобы ТНК осуществляли жесткий контроль за своими зарубежными операциями и, таким образом, имели возможность рассредоточивать производство по тем странам, где факторы издержек наиболее благоприятны для минимизации себестоимости продукции.

Хотя число исследований на эту тему невелико, все же они по большей части поддерживают высказанные предположения. К тому же лицензирование оказывается не лучшим вариантом, когда конкурентное преимущество фирмы основывается на управленческих или маркетинговых знаниях, которые воплощены в методах работы фирмы или в навыках ее менеджеров и которые трудно отобразить в «наборе инструкций». По-видимому, это справедливо для фирм самых разных отраслей.

Фирмы, для которых лицензирование оказывается подходящим вариантом, обычно сосредоточены в отраслях, ситуация в которых противоположна описанной выше. То есть лицензирование более распространено и более прибыльно во фрагментированных, низкотехнологических отраслях, в которых глобальное рассредоточение производственных операций нецелесообразно.

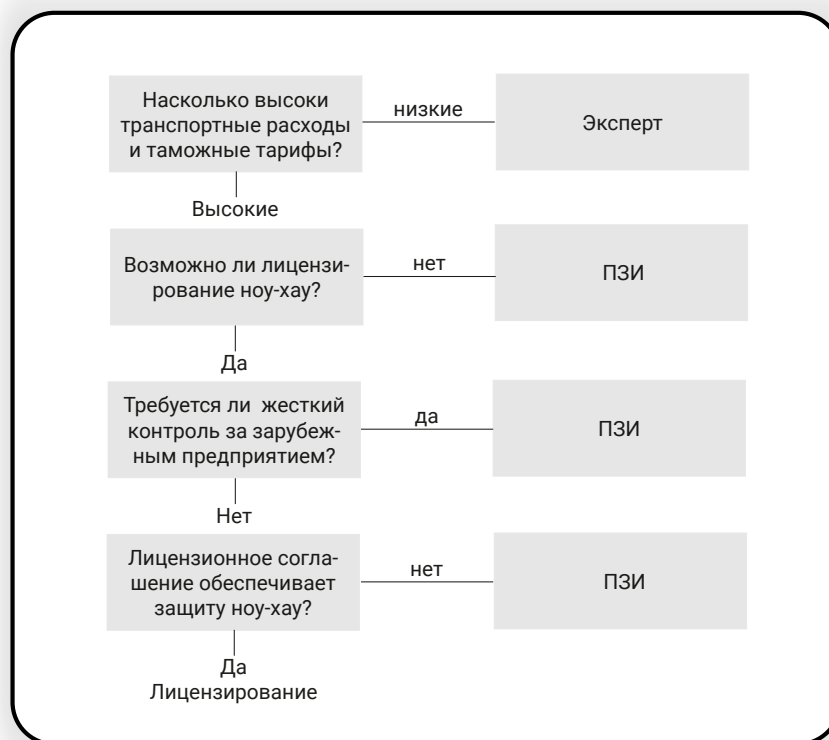


Схема принятия решений

Хорошим примером является индустрия быстрого питания. McDonald's осуществлял глобальную экспансию, используя стратегию франчайзинга. По сути, франчайзинг является разновидностью лицензирования для сферы обслуживания, хотя обычно он предполагает более долгосрочные обязательства, чем лицензирование. С помощью франчайзинга фирма лицензирует имя своего бренда, передаваемого зарубежной фирме в обмен на часть прибыли франчайзи. Договор франчайзинга уточняет условия, которые должен соблюдать франчайзи, если он хочет использовать имя бренда франчайзера. Таким образом, McDonald's разрешает зарубежным фирмам использовать имя своего бренда до тех пор, пока они соглашаются управлять своими ресторанами точно так, как управляются рестораны McDonald's во всем мире. Эта стратегия имеет смысл для McDonald's по следующим причинам:

- (а) Подобно большинству услуг, услуги фастфуд не могут экспортироваться.
- (б) Франчайзинг помогает сокращать издержки и риски, связанные с проникновением на зарубежные рынки.
- (в) В отличие от технологических ноу-хау защитить имя бренда с помощью контракта довольно просто.
- (г) Для McDonald's нет серьезных причин осуществлять жесткий контроль за своими франчайзи.
- (д) Ноу-хау McDonald's, заключающееся в особом способе управления ресторанами быстрого питания легко может быть изложено в письменном контракте.

Наконец, следует отметить, что теория жизненного цикла товара и теория Кникербокера обычно оказываются менее полезными с точки зрения бизнеса. Недостаток этих двух теорий заключается в том, что они являются скорее, описательными, чем аналитическими. Они хорошо описывают историческую эволюцию ПЗИ, мало помогают выявлению факторов, влияющих на относительную прибыльность ПЗИ, лицензирования и экспорта. Обе эти теории не рассматривают использование лицензирования как альтернативы ПЗИ.



Выводы

1. Любая теория, пытающаяся объяснить ПЗИ, должна объяснять, почему фирмы предпочитают покупать или создавать предприятия за рубежом, когда у них имеются альтернативные возможности экспорта или лицензирования.

2. Высокие расходы на транспортировку или высокие импортные пошлины помогают объяснить, почему многие фирмы предпочитают ПЗИ или лицензирование экспорту.

3. Фирмы предпочитают ПЗИ лицензированию, если:

(а) Фирма имеет ценное ноу-хау, которое не может быть адекватно защищено лицензионным соглашением.

(б) Фирме необходим жесткий контроль над зарубежным предприятием для максимизации его рыночной доли и прибылей в зарубежной стране.

(в) Знания и умения фирмы не поддаются лицензированию.

4. Теория Кликербокера утверждает, что подражательное поведение конкурирующих фирм в олигополистических отраслях во многом позволяет объяснить ПЗИ.

5. Теория жизненного цикла Вернона утверждает, что фирмы осуществляют ПЗИ на определенных этапах жизненных циклах тех товаров, которые они первыми вывели на рынок. Однако теория Вернона не рассматривает вопрос о том, являются ли ПЗИ более эффективным средством международной экспансии, чем экспорт или лицензирование.

6. Даннинг утверждал, что преимущества конкретного места крайне важны для объяснения природы и направления ПЗИ. Согласно Даннингу, фирмы осуществляют ПЗИ, чтобы воспользоваться ресурсами или активами, характерными для конкретного места.

7. Политическая идеология является важным фактором государственной политики в отношении ПЗИ. Крайними полюсами идеологии являются радикальная точка зрения, враждебная ПЗИ, и либеральная рыночная точка зрения, приветствующая ПЗИ. Промежуточное положение между ними занимает концепция прагматического рационализма.

8. Выгоды от ПЗИ для страны-реципиента обусловлены эффектами переноса ресурсов, повышением занятости и улучшением состояния платежного баланса.

9. Издержки ПЗИ для страны-реципиента заключаются в ослаблении конкуренции и ухудшении состояния платежного баланса, а также в предполагаемой утрате части национального суверенитета.

10. Выгода от ПЗИ для страны-источника заключается в улучшении состояния платежного баланса в результате притока доходов из-за рубежа, позитивном влиянии на занятость при создании зарубежной дочерней фирмой спроса на экспорт страны-источника и выгодах от эффекта обратного переноса ресурсов. Эффект обратного переноса ресурсов возникает, когда зарубежный филиал приобретает за границей ценные знания и навыки, которые могут быть перенесены в страну-источник.

11. Издержки ПЗИ для страны-источника включают ухудшение состояния платежного баланса вследствие начального оттока капитала и от эффекта экспортного замещения, создаваемого ПЗИ. Издержки возникают и тогда, когда они приводят к экспорту рабочих мест.

12. Страны-источники могут проводить политику поощрения или ограничения ПЗИ. Страны-реципиенты могут привлекать ПЗИ, стимулируя инвесторов, и могут ограничивать ПЗИ, регулируя права владения и устанавливая для фирм-инвесторов требования к их деятельности.