

ЕКОНОМІКА “ТИТАНІВ” НА ТОВАРНИХ РИНКАХ УКРАЇНИ

ЯРОСЛАВ КАСЬЯНОВ,
аспірант кафедри міжнародного менеджменту

Проголошуючи прогресивні ідеї щодо національного розвитку та розбудовуючи національну економіку в напрямі формування соціально зорієнтованої ринкової системи, на жаль, досить часто ми не звертаємо уваги на загальносвітові тенденції розвитку, глобальні корпоративні утворення та організації, вектори регіонального розвитку та політичні “вітри” за межами України. Така ситуація свідчить про обмежене розуміння процесів розвитку національної економічної системи у глобальному контексті, про неможливість розроблення досяжних стратегічних цілей, про брак в українських підприємств чіткого бачення та механізмів конкуренції на світових ринках. Сьогодні не викликає сумнівів теза щодо інтеграції економіки окремої держави у світову економічну систему, але навряд чи в Україні достатньо повно досліджується природа, напрям, сила та наслідки таких процесів. Для вітчизняних підприємств слова “глобалізація”, “імпорт”, “іноземні інвестиції” тощо набувають дедалі більшого значення у ході зростання відкритості національної економіки, у процесі входження на вітчизняні ринки міжнародних операторів у всіх сферах бізнесу.

Одним із наймасштабніших і найдієвіших “механізмів глобалізації” національної економіки варто вважати діяльність міжнародних транснаціональних корпорацій (ТНК), які також часто називають мультинаціональними компаніями, глобальними корпоративними утвореннями тощо. Річні бюджети багатьох ТНК перевищують державний бюджет України у декілька разів, що визначає, на наш погляд, необхідність ретельного дослідження їхнього впливу та наслідків роботи на товарних ринках України не тільки на певну сферу бізнесу, а й на економічну систему

держави у цілому. Як приклад можна навести досвід входження на ринок торговельних послуг міжнародної ТНК METRO Group. Поява її магазинів під маркою Metro Cash&Carry не тільки змінила уявлення українських гуртових і роздрібних покупців про формат торгівлі, а й стимулювала інтенсивний розвиток вітчизняних торговельних мереж (організацію ефективної логістики, просування на ринку власних форматів торгівлі й національних марок послуг).

Взагалі вплив ТНК на національну економіку не є таким однозначним, як це може здатися з першого погляду. З одного боку, ТНК, приносячи на ринок світовий досвід організації бізнесу, тим самим розвивають національних операторів, які у конкурентній боротьбі намагаються адаптуватися до нових умов. Входження ТНК у певний регіон також супроводжується зростанням обсягів прямих іноземних інвестицій у країну, зростанням товарної пропозиції на ринку. З іншого боку, маючи значні фінансові ресурси й використовуючи переваги доступу до джерел дешевої сировини та робочої сили, ТНК не завжди розвивають ринок окремої держави, а їхня стратегія частіше за все зорієнтована на “експлуатацію” його платоспроможного попиту. Внаслідок цього досить часто можна спостерігати “приховану монополізацію” ринку окремої країни, що виступає лише одним із багатьох регіонів, де ТНК конкурують між собою. Свідченням таких процесів, на наш погляд, є ситуації цінової дискримінації на ринках двох суміжних країн, де працює та сама ТНК. Така дискримінація проявляється в існуванні суттєвої різниці у ціні на один і той же товар. В Україні це дозволяє розвиватися такому явищу, як “прикордонний шопінг”. Такі підприємці

будують свій бізнес на тому, що, виїжджаючи за межі держави, купують ті чи ті товари, а повертаючись, мають змогу зробити достатню націнку та продати цей товар в Україні. Звичайно, міжнародні цінові відмінності можуть мати й об’єктивні чинники, але найбільшими, на наш погляд, є відмінності у життєвих циклах тих чи тих товарів на регіональних ринках. Саме це дозволяє ТНК витримувати максимальні ціни на свій товар на кожному етапі його присутності на ринку.

Справляючи значний вплив на конкурентну ситуацію на ринку, ТНК в Україні, як правило, використовують такі механізми входження (рис. 1).

Кожен із представлених на рис. 1 механізмів має свої переваги та вади, а також досить часто перепливає з одного різновиду в інші. Ми спробували проранжувати способи освоєння ринку залежно від глибини проникнення і стабільності діяльності. Зазначимо, що така послідовність також є традиційним алгоритмом роботи ТНК, оскільки на початку не потребує ані інвестицій, ані безпосе-



Рис. 1. Механізми входження ТНК на ринки України.

редньої участі, а також не несе жодних ризиків політичного чи економічного характеру. Отже, розпочинаючи вивчення того чи того ринку ТНК, як правило, проводять його оцінювання через обсяги збуту місцевих посередників, яким вони постають продукцію. Надаючи переваги тим чи тим національним компаніям, ТНК формують необхідні канали збуту й отримують доступ до ринкової статистики через своїх основних посередників. Як правило, існують певні вимоги до вибору національного партнера з боку ТНК, серед основних із яких можна зазначити такі:

- 1) ринкова частка потенційного партнера;
- 2) достатній рівень розвитку і масштабі діяльності на момент укладання партнерських договорів;
- 3) здатність самостійної фінансової участі у розвитку того чи того проекту;
- 4) кваліфікований менеджмент і дотримання встановлених правил, стабільність роботи та швидкість виконання договорів тощо.

Зорганізовуючи роботу на таких засадах, ТНК несе мінімальні ризики, забезпечує присутність на ринку своєї продукції (можливе резервування ринку), постійний потік реальної комерційної інформації щодо динаміки та рівня платоспроможного попиту тощо.

За умови відкриття представництва чи філії ТНК здобуває інші переваги, але водночас і певні загрози. Основний економічний зміст відкриття представництва у певній країні полягає у можливості формування власної ціни на товари, не втрачаючи оптової націнки, як у попередньому випадку. Такі структури у країні базування здебільше навіть не мають прав повної юридичної особи, не зареєстровані як платники податків і виступають як безбалансові підрозділи міжнародних компаній, рахунки яких розміщені у зарубіжних банках, куди й потрапляє валовий дохід від діяльності у тій чи тій країні. Звичайно, крім цієї основної, на наш погляд, причини, ТНК здобувають і низку інших переваг, працюючи через власні представництва на певному товарному ринку, а саме: незалежне

Таблиця 1
Внески ТНК до статутних фондів підприємств України у 2006-2007 рр.

ТНК	Обсяг інвестицій за роками		Частка у загальному підсумку, %	
	2006 р.	2007 р.	2006 р.	2007 р.
Фірма KNAUF INTERNATIONAL GMBH	124 182,55	126 296,41	27	24
Metro Cash & Carry International Holding B.V.	73 309,80	0,00	16	0
Coca-Cola Beverages Holdings	40 770,85	356,34	9	0
FK UPGRADE CORP.	30 883,20	0,00	7	0
BALTIC BEVERAGES HOLDING AB	14 047,40	141 143,36	3	27
Фірма Lafarge Gypsum International SAS	0,00	73 528,86	0	14
HALECART HOLDINGS LIMITED	5 823,65	13 413,71	1	3
McDonald's ICM LLC	1 876,00	10 250,71	0	2
COSWAY LOGISTICS INC P.O.	0,00	8 243,30	0	2
Решта	176 189,70	157 231,04	37	28
Разом	467 083,14	530 463,73	100	100

Джерела: за даними Митної служби України

Таблиця 2
Вибірка ТНК і базові сфери їхньої діяльності

Ринок і сфера діяльності	ТНК, що сформували основу нашого дослідження
Автомобільний ринок	ДжМоторс
	DaimlerBentz
Ринок продуктів харчування, напоїв	Danone
	Кока-Кола
	Крафт
	Нестле
Гуртова торгівля	Євробілла
	Метро
Будматеріали	Рууккі
Побутова та електротехніка	Самсунг
Побутова хімія та парфумерія (товари широкого вжитку)	ПроктЕндГембл
Сфера обслуговування (заклади швидкого харчування)	Мак-Дональдс
Тютюнові вироби	Філіп Морісс

Джерела: власні дослідження автора

оцінювання ринкової ситуації безпосередньо на підставі власних досліджень; підвищений контроль за діяльністю посередників; можливість контролю за виконанням післяпродажного обслуговування клієнтів; безпосередня робота зі скаргами споживачів тощо. При цьому основна вада такого механізму входження на ринок полягає у суттєвому зростанні

адміністративних витрат на утримання представницьких підрозділів порівняно з випадком договірної роботи з посередниками.

Іншим достатньо поширеним, але й дещо складнішим механізмом входження ТНК в Україну є ліцензійні угоди, що надаються ними на виконання певних операцій чи внутрішнього виробництва продукції.

Таблиця 3

Сукупні активи підрозділів ТНК в Україні за 2005-2007 рр., тис. грн

Кластер	Назва базового підприємства ТНК в Україні	2005 р.	2006 р.	2007 р.
А	ТОВ "Метро Кеш Енд Кері Україна"	1 337 559,4	2 010 411,5	2 967 270,1
	ЗАТ "Філіп Морріс Україна"	1 198 440,6	1 339 657,4	1 785 642,5
	ІП "Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед"	548 188,0	721 701,1	967 284,8
В	ЗАТ "Крафт Фудз Україна"	437 841,4	541 751,7	706 614,0
	ТОВ "НЕСТЛЕ Україна"	282 166,0	495 450,7	653 740,8
С	ПІІ "БІЛЛА-УКРАЇНА"	219 118,5	256 578,5	296 132,6
	ПІІ "Мак-Дональдз Юкрейн Лтд"	231 755,0	287 944,4	294 928,7
	ТОВ з ІІ "Проктер Енд Гембл Менюфакчурінг Україна"	190 825,6	207 748,0	278 868,0
	ЗАТ "Рууккі Україна"	37 358,0	67 923,0	212 551,1
	ТОВ СП "Автомобільний Дім Україна-Мерседес-Бенц"	84 742,6	83 636,6	141 103,9
	ТОВ "Данон"	35 000,0	67 382,7	117 153,0
D	ТОВ СП українсько-канадське "Дженерал Моторс Україна"	2 398,7	4 072,3	6 966,9
	ТОВ "Самсунг Електронікс Україна"	3 917,1	8 799,7	19 733,6

Джерела: за даними Державного Комітету Статистики України

Основна проблема при цьому полягає у техніко-технологічних можливостях налагодження виробничих процесів на певному (достатньому) рівні якості, який досить часто для країни базування є занадто високим і потребує значних витрат фінансових ресурсів для перебудови технологічних процесів та організаційних процедур. Не вирішує зазначеної проблеми й процедура сертифікації виробництва національних підприємств згідно з міжнародними стандартами якості, оскільки цього недостатньо для досягнення загальносвітового рівня функціонування підрозділів окремої ТНК. Додатково існує багато проблем із можливістю дотримання міжнародних прав у певній країні, охороною товарних знаків тощо. Для ТНК технологічний трансферт у

країну з невисоким рівнем розвитку означає також суттєві ризики втрати інтелектуальної власності. Узагальнивши досвід передавання ліцензій на територію України у різних сферах бізнесу, ми робимо висновок про те, що ТНК передають тільки незначні, незавершені техніко-технологічні рішення, залишаючи за собою найбільш ключові технології, патенти і ноу-хау. Економічне обґрунтування організації на території держави чи у певному регіоні ліцензованого виробництва того чи того товару базується на оцінці місткості цільових ринків (у певній країні та у найближчих країнах-сусідах), економії на логістичних операціях (з урахуванням процедур перетину кордонів між державами), витратах на організацію ліцензованого

виробництва, ризиках втрати інтелектуальної власності, втратах у процесі організації фінансових трансфертів між державами тощо.

Основою для створення ТНК спільних підприємств на території держави є певний масштаб діяльності, високий потенціал цільових ринків, можливості отримання податкових пільг, а також доступ до національних джерел природних ресурсів. Залучаючи до своєї діяльності національного партнера, ТНК тим самим перестраховує свою діяльність від небажаних впливів на місцевому рівні, забезпечуючи розподіл решти ризиків. Процес створення у країні спільного підприємства передбачає також відповідність такого кроку загальній корпоративній стратегії розвитку ТНК на світових ринках, а також необхідність фінансових витрат на забезпечення участі та розвитку такого підприємства.

Зрештою, одноосібне входження ТНК на ринок із відповідною реєстрацією суб'єкта господарської діяльності є ніби логічним продовженням процесу успішного функціонування спільного підприємства. Як правило, цей механізм використовується за умов, коли ринок є відомим та оцінюється як високоперспективний із позицій ТНК, у країні є необхідна інфраструктура та умови для ведення бізнесу, а також є ресурсна перевага у світовому масштабі (дешева робоча сила, унікальні корисні копалини, унікальні технології виробництва тощо).

Звичайно, ми не маємо змоги здобути повне емпіричне підтвердження зазначених механізмів увиходження ТНК на ринки України, але деякі тенденції нам поталанило виявити. Насамперед фінансова потужність таких міждержавних корпоративних утворень дозволяє їм, з одного боку, одноразово інвестувати значні суми коштів із наступним періодом "інвестиційної тиші" на найближчі 2-3 роки. З іншого ж боку, той самий фактор (достатнє фінансове забезпечення) дозволяє вирізнити низку випадків постійного інвестування ТНК у розвиток власного бізнесу на території нашої держави. Такі, на перший погляд, суперечливі тенденції свідчать про відмінності у сферах

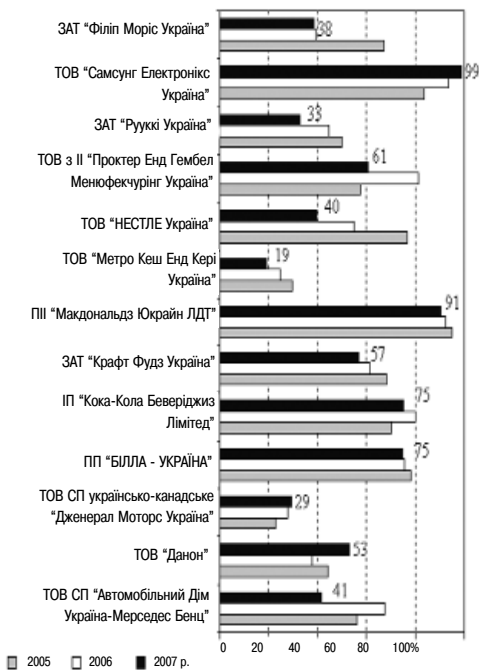


Рис. 2. Частка власного капіталу в структурі фінансування діяльності підприємств-підрозділів ТНК в Україні.

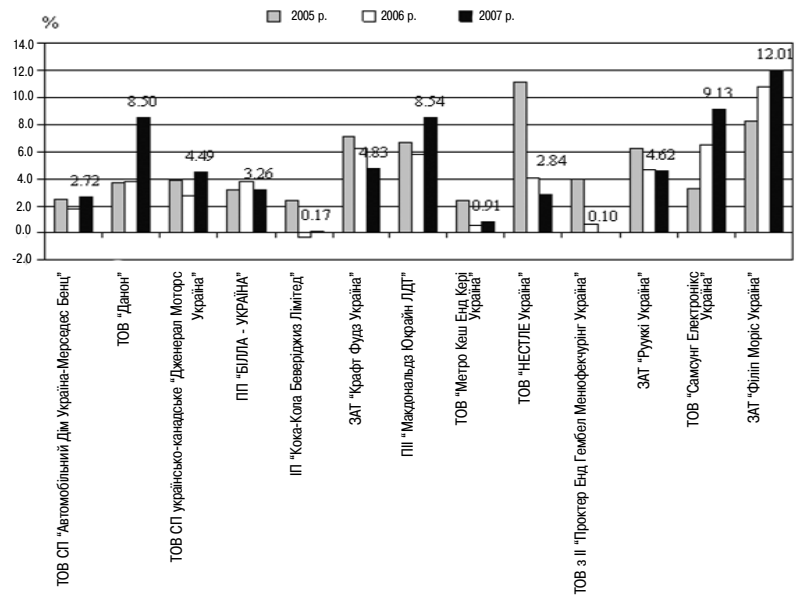


Рис. 3. Рентабельність продажу продукції підприємствами-підрозділами ТНК в Україні.

бізнесу (наприклад, одні вимагають постійних витрат на підтримання попиту, а інші – ні), а також про стратегію розвитку ТНК у регіоні. З метою надання нашому дослідженню певної аналітичної обґрунтованості ми спочатку провели аналіз внесків ТНК у підприємства України у 2006-2007 рр. (табл. 1).

На підставі вивчення інформації з таблиці можна зробити висновок щодо різноманітності інвестиційної поведінки ТНК, хоча переважно обсяг інвестицій зростає з року в рік. На основі вибірки найпотужніших ТНК-інвесторів в Україну ми сформували вибірку, до якої увійшли 13 міжнародних корпоративних утворень (табл. 2):

Як можуть зауважити читачі, ми відібрали достатньо відомі ТНК у різноманітних сферах бізнесу, що дозволить у подальшому значно збагатити наші висновки. Використання інформації різногалузевих ТНК дає змогу нівелювати особливості стадій розвитку ринків чи певних товарів на них. Як видно зі сфер діяльності ТНК нашої вибірки, найбільша їхня кількість функціонує у харчовій промисловості, автомобілебудуванні, гуртовій торгівлі. Така структура вибірки

не відбиває, на наш погляд, реальних перспектив поширення міжнародних корпоративних утворень за галузями промисловості України, а є тільки наслідком наших інформаційних можливостей.

У цілому технологія формування вибірки дослідження мала декілька етапів:

- 1) аналіз внесків до статутних фондів підприємств в Україні у 2006-2007 рр., а також оцінювання їхніх офіційних розмірів;
- 2) моніторинг масштабів діяльності підприємств з іноземними інвестиціями в Україні;
- 3) збирання інформації щодо діяльності транснаціональних корпорацій у всьому світі.

Зазначимо, що задля досягнення більшої зіставності у межах нашої вибірки її варто розглядати у розрізі 4 кластерів. У найзагальнішому вигляді масштаби діяльності тієї чи тієї корпорації можна оцінити на базі динаміки сукупних активів базових підприємств-підрозділів відібраних ТНК (табл. 3).

З інформації, представленої у табл. 3, видно, що розмір і масштаби діяльності ТНК в Україні суттєво різняться. Беззаперечними лідерами висту-

пають ТНК у кластері А, сукупні активи яких сягають 1 млрд грн. Фактично до другого кластеру з розміром активів від 653 млн грн до 706 млн грн увійшли ТНК харчової промисловості ЗАТ "Крафт Фудз Україна" і ТОВ "НЕСТЛЕ Україна". Найбільш чисельним і різноманітним за структурою виявився кластер С, до якого належать ТНК торговельного, хімічного, харчового та будівельного профілів із сукупними активами у межах 100-300 млн грн на 2007 р. Зазначимо, що тривалість роботи ТНК на території України, а також специфіка їхнього бізнесу визначає різні стратегії управління фінансовими ресурсами. Фактично половина підприємств нашої вибірки фінансується переважно за рахунок власного капіталу ТНК, а інша – за рахунок залучення кредитних ресурсів (рис. 2).

Отже, найбільші частки власного капіталу в структурі сукупних джерел фінансування мають ті підрозділи ТНК, що використовують три останні механізми опанування українських ринків (див. рис. 1). Традиційно вважається, що у разі інвестування ТНК у певне підприємство понад 35% сукупного капіталу є ознакою зацікав-

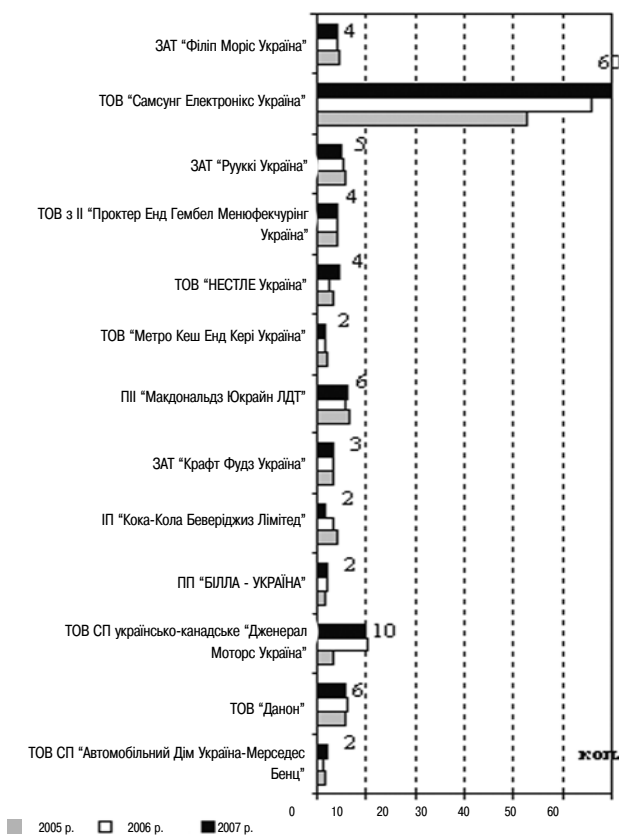


Рис. 4. Розмір адміністративних витрат на кожну гривню валового доходу.

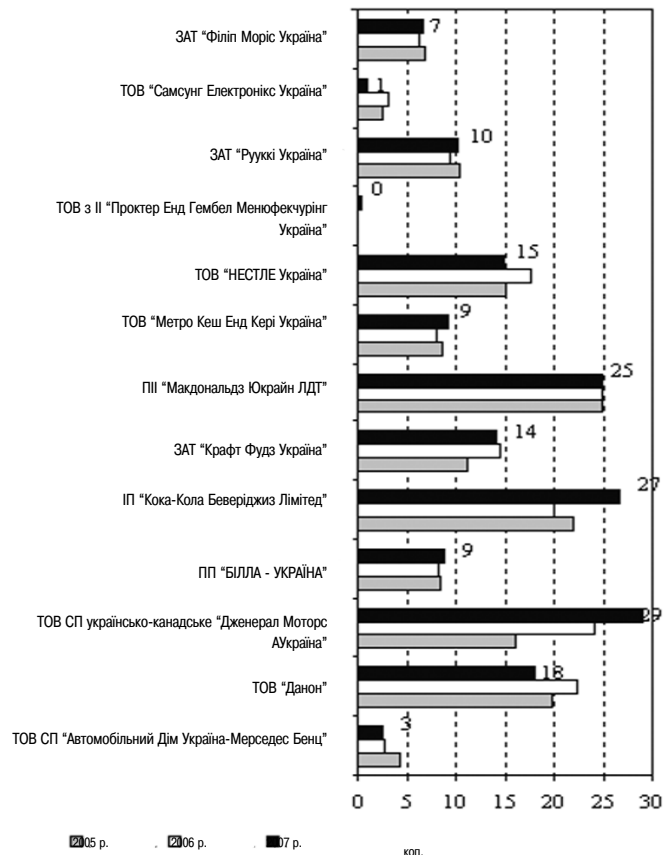


Рис. 5. Розмір витрат на збут продукції на кожну гривню валового доходу.

леності у національному ринку та високі перспективи розвитку на ньому. Ми б радили шановним читачам зважено підходити до таких міркувань. Наприклад, домінування власності іноземних компаній у структурі джерел фінансування є характерним для самостійних торговельних підприємств. Зауважимо, що на більшості підприємств вибірки спостерігається зменшення частки власного капіталу в загальному підсумку, що свідчить про поступовий перехід на роботу з кредитними ресурсами.

Зазначимо, що фінансові результати від діяльності ТНК в Україні оцінити досить важко й через особливості національного законодавства, а також унаслідок складності отримання достовірної інформації від підприємств вибірки. У загальному вигляді найвищий рівень рентабельності продажу продукції мають ЗАТ "Філіп Морріс Україна", ТОВ "Сам-

сунг Електронікс Україна", ПІІ "Мак-Дональдз Юкрейн Лтд." і ТОВ "Данон" (рис. 3).

Для поглиблення аналізу економічних процесів у ТНК, представлених в Україні, сформуємо два додаткові аналітичні індикатори:

- 1) співвідношення між розміром адміністративних витрат і обсягом валового доходу від їхньої діяльності (рис. 4);
- 2) співвідношення між розміром витрат на збут продукції та обсягом валового доходу від їхньої діяльності (рис. 5).

З поданих на рис. 4 та рис. 5 діаграм видно, що у нашій вибірці найбільші адміністративні витрати має ТОВ "Самсунг Електронікс Україна", у якого, до речі, частка витрат на збут у кожній гривні валового доходу є однією з найнижчих. Таку ситуацію можна пояснити відомістю бренду корейської ТНК, стабільністю

каналів збуту, а також необхідністю адміністрування великих товарних потоків в Україні. Найвищі ж витрати на збут продукції на кожну гривню реалізованої продукції за результатами нашого аналізу мають ТОВ СП "Дженерал Моторс Україна", ІП "Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед" і ПІІ "Мак-Дональдз Юкрейн Лтд.". Якщо у першому випадку значення цього індикатора зумовлене специфікою поточної ситуації на автомобільному ринку України, то значення двох інших підприємств є закономірним через їхню роботу з роздрібними ринками.

Узагальнюючи результати нашого попереднього дослідження механізмів увиходження ТНК на ринки України, а також представлені емпіричні дані щодо діяльності їхніх підприємств-підрозділів в Україні, варто зробити декілька висновків:

- ♦ На різних етапах увиходження

ТНК у цільовий сегмент ринку використовуються найадекватніші організаційні механізми, які своєю чергою визначають специфіку економічних розрахунків та зреалізують стратегічні цілі. Виокремлення певних ТНК чи надання їм переваг перед іншими можна вважати недоцільним із позицій ефективності економічних процесів. Однак із погляду управління національним соціально-економічним розвитком найбажанішими є: створення спільних підприємств, застосування ліцензійних механізмів інноваційних трансфертів, вихід ТНК на ринок через реєстрацію національного оператора.

- ♦ Визначені співвідношення витрат на адміністрування бізнесу та на збут продукції до валового доходу ТНК дозволяють констатувати їхню високу ефективність

та значні масштаби діяльності. Багато успішних вітчизняних підприємств не можуть забезпечити значення цих індикаторів на рівні показників ТНК.

- ♦ Володіючи значним фінансовими ресурсами та досвідом роботи на багатьох товарних ринках, ТНК здійснюють інвестування під досягнення певних цілей і у цілком конкретних випадках забезпечують національні підрозділи необхідними інноваціями, але утримуються від їх надмірного розвитку.

Джерела:

1. Балацкий Е., Павличенко Р. Иностранные инвестиции и экономический рост: теория и практика исследования // Мировая экономика и международные отношения. — 2002. — №1. — С. 52-64.

2. Белашапка В. А., Кирев Л. Д., Лукьяненко Д. Г., Макогон Ю. В.,

Орехова Т. В. Транснациональные корпорации: Учеб. пособие. — Донецк: ДНУ, 2003. — 205 с.

3. Білорус О. Г., Лук'яненко Д. Г., Гончаренко М. О., Зленко В. А., Зернецька О. В. Глобалізація і безпека розвитку / НАН України; Інститут світової економіки і міжнародних відносин; Київський національний економічний ун-т / Олег Григорович Білорус (наук. ред.). — К., 2001. — 734 с.

4. Ленский Е. В. Транснационализация капитала / Ред. И. Н. Сосковец. — Минск: Армита — Маркетинг, 2001. — 326 с.

5. Майер Дж. М. Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання у глобальній економіці: Пер. с англ. / Дж. М. Майер, Д. Олесевич. — К.: Либідь, 2002. — 703 с.

6. Поручник А. М., Антонюк Л. Л. Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні / Київський національний економічний ун-т. — К.: КНЕУ, 2000. — 171 с.

ВЦ «АККО ИНТЕРНЕШНЛ», Украина, Киев, пр. Победы, 40-6

Международная специализированная выставка по организации мероприятий от А до Я

EVENT SEZON

КИЕВСКИЙ

24-26 ОКТЯБРЯ 2008



Приглашаем к участию в выставке:

- event, BTL, PR, рекламные и креатив- агентства, театральные агентства, дизайн-бюро, продюсерские компании;
- туристические фирмы:
 - деловые и корпоративные туры,
 - новогодние туры по Украине и за рубеж,
- пансионаты, гостиницы, кинотеатры, развлекательные комплексы, ночные клубы, бизнес- центры, конференц-залы;
- кейтеринговые компании.

СЕЗОН EVENTa. БУДЬ В ЦЕНТРЕ СОБЫТИЙ!



Организатор: **VneshExpo Business**
Українська виставкова компанія
тел. +38 (044) 238-62-55, факс 272-29-82
kips@vneshexpo.kiev.ua, www.veb.com.ua