

УДК 339.9.339.94

Доц. І.Ф. Коломієць, канд. екон. наук;  
доц. Т.В. Коломієць, канд. екон. наук – НЛТУ України

## МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ РІВНЯ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядаються методичні аспекти оцінки рівня інтернаціоналізації підприємства. Наводяться статистичні дані виробничо-господарської діяльності вітчизняних підприємств за кордоном і в країні походження.

*Doc. I.F. Kolomiec'; doc. T.V. Kolomiec' – NUFWT of Ukraine*

### Methods aspects of estimation of enterprise internationalization level

The methods aspects of estimation of enterprise internationalization level are considered. Are cited the statistics datas of production and economic activity of home enterprises after the border and in the origin country.

Динамічний розвиток інтеграційних процесів у світовій господарській системі обумовлює розширення сфери діяльності підприємств за межі рідних країн. Будь-яке підприємство так чи інакше залежить від успішної співпраці з закордонними партнерами – або безпосередньої, прямої, або ж через посередників. Характерним є і те, що суть цієї співпраці давно перейшла межі товарообміну в його класичному розумінні. Сьогодні діяльність підприємства за межами рідної країни стосується не лише купівлі-продажу товарів і послуг, але й виробництва, інвестицій, фінансів, впливу на ринки. Це обумовлює необхідність детального вивчення проблеми, яка окреслюється поняттям інтернаціоналізації підприємства.

Окремим питанням інтернаціоналізації присвячено значну частину публікацій, основному іноземних. Це – праці Е. Дорнберга, Л. Берековена, Г. Йіпа, Д. Даннінга. В українській науковій літературі проблема інтернаціоналізації не знайшла ще належного висвітлення, за винятком окремих публікацій, наприклад, монографії А. Губського, що присвячена питанням інвестицій в глобальному середовищі.

Метою даної статті є визначення суті і змісту процесу інтернаціоналізації, його мотивів і розробка методичних підходів до визначення рівня інтернаціоналізації.

Узагальнення існуючих дефініцій інтернаціоналізації дає змогу зробити висновок також і про те, що під інтернаціоналізацією підприємства розуміється будь-який вид господарської діяльності, яку воно розпочинає за кордоном з метою реалізації своїх довгострокових стратегічних цілей на основі використання більш сприятливих загальноекономічних, ринкових, адміністративно-правових, екологічних, географічних і соціально-політичних умов ведення бізнесу в приймаючій країні.

У сучасних умовах інтернаціоналізація як категорія міжнародної економіки базується на дотриманні суб'єктами господарювання певного комплексу умов, які обумовлюють довгостроковий синергічний ефект, що дає можливість підприємству будувати сильну конкурентну позицію. По суті, умови успішної інтернаціоналізації підприємства необхідно розглядати через

призму маркетингової концепції управління, зокрема, характеристики зовнішнього його оточення.

Цілком зрозуміло, що підприємство має шанси на проникнення і закріплення на іноземних ринках лише тоді, коли може протиставити конкуренції з боку місцевих суб'єктів господарювання (які найчастіше мають об'єктивні переваги в певних сферах)<sup>1</sup> такі переваги, використання яких дало змогу б зайняти принаймні порівняльну конкурентну позицію.

До таких переваг можна віднести:

- технічні і технологічні – в широкому розумінні, тобто вищий рівень використовуваних технологічних систем, якості продукції і т.п.;
- організаційно-економічні – вищий рівень менеджменту і організації виробництва, який забезпечує нижчі питомі витрати на виробництво і збут, або ж кращу пропорцію "ціна-якість";
- фінансові – кращий доступ до джерел фінансування і вигідніші умови використання цих джерел;
- маркетингові – ефективніше використання елементів маркетингу – мікс.

У табл. 1 відображено основні мотиви інтернаціоналізації вітчизняних підприємств. Наведені в табл. 1 дані відображають результати анкетування керівників вищих ланок управління підприємств Західного регіону України, які працюють з іноземними партнерами. Як видно, мотивація вітчизняних підприємств відображає основні макроекономічні проблеми України – стагнацію економіки, низьку конкурентоспроможність підприємств, посилення недобросовісної конкуренції тощо. Якщо для розвинутих країн інтернаціоналізація відображає розширення впливу підприємств на зовнішніх ринках, то для України вихід вітчизняних підприємств на зовнішні ринки поки що вкрай недостатній, в зв'язку з чим для більшості з них найбільш прийнятною був би вибір концепції пасивної (оборонної) інтернаціоналізації, спрямований на захист власних ринків.

**Табл. 1. Мотиви інтернаціоналізації вітчизняних підприємств**

| № п/п | Мотив                                                                     | % підприємств |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1     | Стагнація на внутрішньому ринку                                           | 72            |
| 2     | Неспроможність вирішити свої проблеми самостійно                          | 69            |
| 3     | Наявність невикористаних виробничих потужностей                           | 52            |
| 4     | Олігополізація внутрішнього ринку і посилення недобросовісної конкуренції | 37            |
| 5     | Кращий інвестиційний клімат за кордоном                                   | 29            |
| 6     | Послаблення обмежень на існуючих ринках за кордоном                       | 18            |

Мотиви інтернаціоналізації дають змогу визначити напрямки і характер впливу на суб'єкти господарювання в цій сфері. З другого боку, це обумовлює потребу розподілу функцій, повноважень і відповідальності між елементами управляючої підсистеми (органів управління), способів, інтенсивності і меж використання ними важелів впливу. Іншими словами, мотиви інтернаціоналізації можуть служити вихідним пунктом формування відповідного економічного механізму.

<sup>1</sup> Наприклад, краще знання місцевого ринку, наявність налагоджених кооперативних та інших зв'язків з партнерами, здобута репутація тощо.

Однак пасивна інтернаціоналізація не може бути успішною довгостроковою стратегією, оскільки посилює імпортозалежність економіки. Через те доцільно здійснювати державну підтримку експортерів, причому насамперед у наукомістких галузях і галузях, що характеризуються високим рівнем інвестиційного мультиплікатора.

Економічний механізм активізації інтернаціоналізації повинен опиратись на створення умов, при яких експансія на іноземні ринки була б вигідною і одночасно не створювала можливостей для відмивання брудних грошей та здійснення інших протиправних дій, як це було поверненням ПДВ.

Як будь-яка сфера господарської діяльності підприємства, інтернаціоналізація повинна управлятись, що обумовлює необхідність оцінки її рівня. Аналіз практики вітчизняних і зарубіжних підприємств дає змогу вважати найважливішими показниками, які використовуються при дослідженні інтенсивності інтернаціоналізації підприємства, наступні:

- кількість обслуговуваних закордонних ринків;
- питома вага балансової вартості майна за кордоном в загальному майні підприємства;
- питома вага обігу за кордоном в загальному обігу підприємства;
- питома вага прибутку за кордоном в загальному прибутку підприємства;
- рівень міжнародної співпраці підприємства у вартісних чи натуральних показниках (наприклад, експорт, продаж ліцензій, франчайзинг, закордонні філії, дочірні підприємства за кордоном);
- обсяги прямих інвестицій за кордоном (абсолютні чи відносно абсолютні щодо всіх інвестицій підприємства);
- питома вага зайнятих за кордоном у загальній чисельності персоналу підприємства.

Крім окремих показників, у оцінці інтенсивності інтернаціоналізації можуть бути використані їх комбінації.

Прикладом може служити рівень прибутку (англ. rate of profit), який відноситься до найважливіших показників у фінансовому аналізі підприємства (див., наприклад, [1-3]).

Використовуючи засоби загальновідомої моделі корпорації "Дюпон" [3, с. 112 ], взаємозв'язки між вказаними показниками можна показати на схемі (рис. 1.)

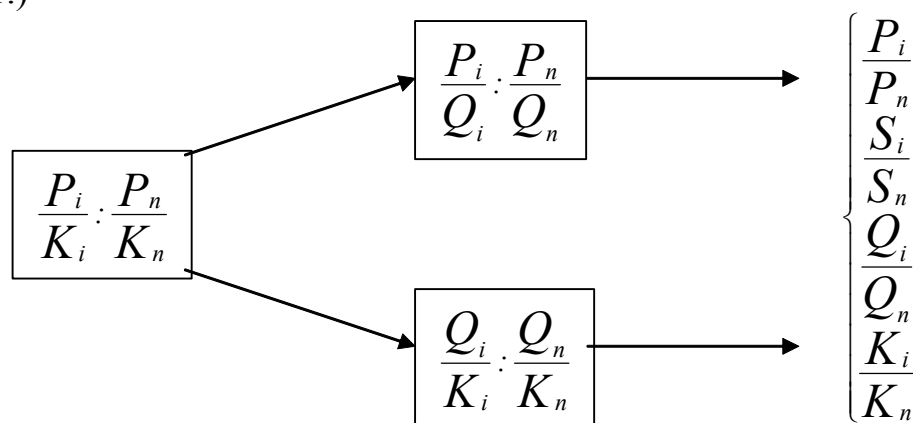


**Рис. 1. Взаємозв'язки деяких показників інтернаціоналізації. Джерело: Розробка автора на основі [10, с.966]**

На рис. 1 введено такі позначення:  $P_i$  і  $P_n$  – прибуток підприємства, відповідно, отриманий за кордоном і повний;  $K_i$  і  $K_n$  – капітал підприємства, відповідно, вкладений за кордоном і повний;  $Q_i$  і  $Q_n$  – оборот підприємства (обсяги реалізації), відповідно, за кордоном і повний;  $S_i$  і  $S_n$  – питомі затрати на виробництво, відповідно, вкладений за кордоном і повний.

Залежно від стратегічних цілей підприємства, специфіки галузі, характеру виробничо-господарської діяльності підприємства за кордоном, для оцінки рівня інтернаціоналізації підприємства може використовуватись той чи інший перелік показників, об'єднаний в певну систему. Найчастіше, однак, доцільно використовувати відносні показники прибутковості закордонної діяльності підприємства, обігу закордонного капіталу, рентабельності продаж за кордоном. Чим вищими є значення вказаних показників, тим більше можна припустити, що підприємство є інтернаціоналізоване.

Вказаний підхід відображає статичну модель оцінки рівня інтернаціоналізації. Більш доцільним в багатьох випадках є використання динамічної моделі, основними елементами якої є індекси зміни відповідних показників за певний проміжок часу. Такими індексами, зокрема, можуть бути:

а) індекс відносної прибутковості капіталу  $I_{pk}$ , який розраховується як

$$I_{pk} = \left( \frac{P_i^1}{K_i^1} \cdot \frac{P_n^1}{K_n^1} \right) : \left( \frac{P_i^0}{K_i^0} \cdot \frac{P_n^0}{K_n^0} \right) = \frac{I_{pi} I_{kn}}{I_{ki} I_{pn}}, \quad (1)$$

де  $I_{pi} = \frac{P_i^1}{P_i^0}$ ;  $I_{kn} = \frac{K_n^1}{K_n^0}$ ;  $I_{ki} = \frac{K_i^1}{K_i^0}$ ;  $I_{pn} = \frac{P_n^1}{P_n^0}$ .

Тут  $P_i^0$  і  $P_n^1$  – прибуток підприємства, отриманий за кордоном, відповідно, за базовий і аналізований періоди;  $P_i^1$  і  $P_n^0$  – повний прибуток підприємства, отриманий, відповідно, за базовий і аналізований періоди;  $K_i^0$  і  $K_n^1$  – капітал підприємства за кордоном, відповідно, в базовому і аналізованому періодах;  $K_i^1$  і  $K_n^0$  – весь капітал підприємства, відповідно, в базовому і аналізованому періодах;  $I_{pi}$  – індекс прибутку підприємства за кордоном;  $I_{pn}$  – індекс повного прибутку підприємства;  $I_{kn}$  – індекс всього капіталу підприємства;  $I_{ki}$  – індекс капіталу підприємства;

б) індекс відносної рентабельності продаж за кордоном  $I_{RQ}$ , який розраховується за виразом

$$I_{RQ} = \frac{P_i^1 Q_n^1}{P_n^1 Q_i^1} \cdot \frac{P_i^0 Q_n^0}{P_n^0 Q_i^0} = \frac{I_{pi} I_{Qn}}{I_{pn} I_{Qi}}, \quad (2)$$

де  $I_{Qn} = \frac{Q_n^1}{Q_n^0}$ ;  $I_{Qi} = \frac{Q_i^1}{Q_i^0}$ .

Тут  $Q_n^0$  і  $Q_n^1$  – повний обсяг реалізації, відповідно, за базовий і аналізований періоди;  $Q_i^0$  і  $Q_i^1$  – обсяг реалізації за кордоном, відповідно, за базовий і аналізований періоди;  $I_{Qn}$  – індекс повного обсягу реалізації;  $I_{Qi}$  – індекс обсягу реалізації за кордоном;

в) індекс відносного обороту капіталу за кордоном  $I_{QK}$ :

$$I_{QK} = \left( \frac{Q_i^1}{Q_i^0} \cdot \frac{K_n^1}{K_i^1} \right) : \left( \frac{Q_i^0}{Q_n^0} \cdot \frac{K_n^0}{K_i^0} \right) = \frac{I_{Qi} I_{Kn}}{I_{Qn} I_{Ki}}. \quad (3)$$

Показники інтернаціоналізації можуть бути також використані в процесі багатоваріантного стратегічного аналізу з метою типізації підприємств стосовно рівня їх інтернаціоналізації. Такого типу спроба була зроблена на основі аналізу показників тридцяти великих міжнародних підприємств, головні офіси яких знаходяться в Німеччині [4, С. 967-968]. При цьому використано методику аналізу Кластера (відому як методику аналізу вибірки генеральної сукупності) і включено до неї наступні показники, які стосуються вказаних підприємств:

- обсяг продаж (обороту);
- кількість країн, в яких вони мали виробничі підприємства (без Німеччини);
- частка обсягу продаж (обороту) за кордоном у повному обсязі продаж (обороті);
- частка виробництва за кордоном в обсязі продажу (обороті) за кордоном;
- обсяг продаж за кордоном на одного зайнятого за кордоном;
- обсяг виробництва у власній країні на одного зайнятого в країні.

На підставі проведеного дослідження отримано і представлено, зокрема в формі дендрограми п'ять груп. Так, перша група (від фірми BOSCH до Volkswagen) характеризувалась:

- значними розмірами підприємств;
- високою питомою вагою реалізації за кордоном;
- відносно малою питомою вагою виробництва за кордоном у реалізації (оборотом) за кордоном;
- високими обсягами реалізації (обороти) на одного зайнятого за кордоном;
- продуктивністю праці на рівні, який є середнім для Німеччини.

Якість висновків, які можна отримати за допомогою цього методу, залежить, однак, від доступності відповідних даних.

Інтернаціоналізація підприємства може бути оцінена повною мірою за допомогою певного профілю, який відображає характер інтеграції підприємства в межах міжнародної економічної співпраці.

Для визначення кількісної оцінки рівня інтернаціоналізації підприємства може бути використана наступна модель:

$$R_{\text{int}} = \sum_{i=1}^I (2ni - 1)ki; \quad (4)$$

$$i=1, \dots, I; \quad (5)$$

$$0 \leq n \leq 1; \quad (6)$$

$$0 \leq k \leq 1; \quad (7)$$

$$\sum_{i=1}^I ki = 1, \quad (8)$$

де:  $R$  – рівень інтернаціоналізації підприємства;  $n_i$  – частка діяльності підприємства за кордоном, що характеризується  $i$ -тим показником (яким може

бути обсяг виробництва, обсяг продажу, обсяг інвестицій, кількість зайнятих і т.п.);  $k$  – "вагомість"  $i$ -го показника в загальній системі показників ("значущість"  $i$ -го показника).

При значеннях показника  $R_{int} > 0$  виробничо-господарська діяльність підприємства за кордоном щодо діяльності в межах країни походження є домінуючою.

Розрахунок  $R_{int}$  може бути проілюстрований наступним прикладом. Виробничо-господарська діяльність підприємства характеризується даними, наведеними в табл. 2

**Табл. 2. Показники виробничо-господарської діяльності**

| № з/п | Показник                 | Од. виміру | У межах країни походження | За кордоном | Всього  |
|-------|--------------------------|------------|---------------------------|-------------|---------|
| 1.    | Обсяг виробництва        | \$тис.     | 435638                    | 72954       | 478592  |
| 2.    | Обсяг реалізації (обігу) | \$тис.     | 356411                    | 83356       | 439767  |
| 3.    | Інвестиції               | \$тис.     | 86117                     | 31245       | 117362  |
| 4.    | Прибуток                 | \$тис.     | 74058                     | 15539       | 89597   |
| 5.    | Акціонерний капітал      | \$тис.     | 2292832                   | 409854      | 2702686 |
| 6.    | Чисельність персоналу    | чол.       | 7453                      | 1342        | 8795    |

На підставі наведених у табл. 2 даних розраховується частка, що припадає на діяльність за кордоном і на діяльність у межах країни походження. Результати розрахунків показано в табл. 3

**Табл. 3. Частка виробничо-господарської діяльності підприємства за кордоном і в країні походження, %**

| № з/п | Показник                | Всього | У т.ч.                    |             | Значимість показника |
|-------|-------------------------|--------|---------------------------|-------------|----------------------|
|       |                         |        | У межах країни походження | За кордоном |                      |
| 1.    | Обсяг виробництва       | 100,0  | 91,1                      | 8,9         | 0,17                 |
| 2.    | Обсяг реалізації (обіг) | 100,0  | 80,9                      | 19,1        | 0,19                 |
| 3.    | Інвестиції              | 100,0  | 73,4                      | 26,6        | 0,18                 |
| 4.    | Прибуток                | 100,0  | 82,7                      | 17,3        | 0,15                 |
| 5.    | Акціонерний капітал     | 100,0  | 84,8                      | 15,2        | 0,24                 |
| 6.    | Чисельність персоналу   | 100,0  | 84,7                      | 15,3        | 0,07                 |

Значущість показників, що показано у табл. 3 в графі 6, визначається в кожному конкретному випадку експертним шляхом, залежно від багатьох факторів – стратегічних і тактичних цілей підприємства, економіко-правового середовища, умов міжнародної співпраці та інших.

На основі наведених у табл. 2 і 3 даних може бути розрахований рівень інтернаціоналізації підприємства. В даному випадку він становить – 0,651.

$R_{int}$  може коливатись у межах від  $-1$  до  $1$ . Якщо  $R_{int} = 1$ , підприємство повністю функціонує за кордоном країни походження. В такому випадку можна говорити про припинення її діяльності в країні походження, де воно існує лише де-юре. Якщо ж  $R_{int} = -1$ , підприємство займається виробничо-господарською діяльністю виключно в межах країни походження.

При  $R_{int} = 0$  йдеться про ідеальний тип профілю інтернаціоналізації [56, С. 14].

Показник  $R_{int}$  відображає статичний аспект процесу інтернаціоналізації. Проте для визначення тенденцій в його зміні необхідно враховувати ще й динамічний аспект. Він може характеризуватись відповідним динамічним показником – динамікою інтернаціоналізації  $D_{int}$ .

$$D_{int} = \frac{1}{I} \sum_{i=1}^I \frac{n_{it} k_{it}}{n_{i(t-1)} k_{i(t-1)}}, \quad (9)$$

де:  $n_{it}$  і  $n_{i(t-1)}$  – частка діяльності підприємства за кордоном, що характеризується  $i$ -м показником, відповідно, в поточному і минулому періодах;  $I$  – кількість показників у системі показників, що характеризують виробничо-господарську діяльність підприємства;  $k_{it}$  і  $k_{i(t-1)}$  – "вага"  $i$ -го показника в загальній системі показників, відповідно, в поточному і попередньому періодах.

Наведені аспекти оцінки рівня інтернаціоналізації підприємств дають змогу встановити тенденції їх розвитку, а також здійснювати порівняння між ними і середньогалузевими показниками, що дає змогу вирішувати управлінські рішення щодо розвитку діяльності за кордоном, розробляти стратегію експансії на нові ринки за межами країни походження.

### Література

1. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – М.: Основа, 1998. – 426 с.
2. Комаринський Я., Яремчук І. Фінансово-економічний аналіз. – К.: Либідь, 1996. – 236 с.
3. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. – К.: Наука, 1995. – 342 с.
4. Handwörterbuch Export und internationale Unternehmung (Ed. K. Machrzina, M.K. Welge) C.E. Poeschel Verlag, Stuttgart. – 1989.

УДК 332.025.12

Доц. М.Б. Данчук, канд. екон. наук – І-ФІПЕБ

## ФУНКЦІЇ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЙ В. ОЙКЕНА ТА Ф. ХАЙЄКА

Досліджено спільність та розбіжність у поглядах Вальтера Ойкена та Фрідріха фон Хайєка щодо питання інституційних передумов функціонування конкурентного ринкового ладу, а також погляди цих мислителів щодо принципів координації господарюючих суб'єктів на практиці.

**Ключові слова:** економічна система, національна економіка, системний підхід, порівняльний аналіз.

*Doc. M.B. Danchuk – I-FILEB*

## State functions in conditions of market economy: comparative analysis of conceptions by W. Eucken and F. Hayek

The article analyses common and diverse features of Walter Eucken and Fridrich von Hayek opinions concerning problem of institutional presuppositions to competitive system functioning. It also reveals opinions of these scientists concerning principles of control over the subject's activity in practice.

**Keywords:** economic system, national economy, system-formatted approach, comparative analysis.