

Финансовый менеджмент в иностранных компаниях

Финансовый менеджмент в иностранных компаниях

Система принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов предприятия и организацией оборота его денежных средств.

Объект финансового менеджмента

Финансы – это совокупность денежных отношений, возникающих в процессе создания фондов денежных средств у государства, хозяйствующих субъектов, граждан и их использования на цели воспроизводства, стимулирования и удовлетворения разнообразных потребностей.

Предмет финансового менеджмента

Финансовые отношения — это экономические связи, взаимодействия, отношения в денежной форме.

Принципы финансового менеджмента в иностранных компаниях

- Интегрированность с общей системой управления предприятием.
- Комплексный характер формирования управленческих решений.
- Высокий динамизм управления.
- Вариативность подходов к разработке отдельных управленческих решений.
- Ориентированность на стратегические цели развития предприятия.

Цель финансового менеджмента в иностранных компаниях

Обеспечение максимизации благосостояния
собственников предприятия в текущем и
перспективном периоде.

Задачи финансового менеджмента в иностранных компаниях

- Обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде.
- Обеспечение наиболее эффективного использования сформированного объема финансовых ресурсов в разрезе основных направлений деятельности предприятия.
- Оптимизация денежного оборота.
- Обеспечение максимизации прибыли предприятия при предусматриваемом уровне финансового риска.
- Обеспечение минимизации уровня финансового риска при предусматриваемом уровне прибыли.
- Обеспечение постоянного финансового равновесия предприятия в процессе его развития.

Функции финансового менеджмента в иностранных компаниях

- Функции финансового менеджмента как управляющей системы.
- Функции финансового менеджмента как управляемой системы.

Функции финансового менеджмента как управляющей системы

- Разработка финансовой стратегии предприятия.
- Формирование эффективных информационных систем, обеспечивающих обоснование альтернативных вариантов управленческих решений.
- Осуществление анализа различных аспектов финансовой деятельности предприятия.
- Осуществление планирования финансовой деятельности предприятия по основным ее направлениям.
- Разработка действенной системы стимулирования реализации принятых управленческих решений.
- Осуществление эффективного контроля за реализацией принятых управленческих решений в области финансовой деятельности.

Функции финансового менеджмента как управляемой системы

- Управление активами.
- Управление капиталом.
- Управление инвестициями.
- Управление денежными потоками.
- Управление финансовыми рисками.
- Антикризисное финансовое управление при угрозе банкротства.

Международный бизнес

предпринимательская деятельность, в которой совместно участвуют фирмы разных стран и используется международный капитал

Формы организации международного бизнеса

- Лицензионный договор.
- Сопроизводство.
- Контракт-менеджмент.
- Франчайзинг.
- Стратегический альянс.
- Совместное предприятие.
- Многонациональная компания.

Лицензионный договор

договор об использовании авторского права, товарного знака, патента

Сопроизводство

процесс изготовления комплексного изделия или его
компонентов одним из зарубежных партнеров

Контракт-менеджмент

передача одним из партнеров другому ноу-хау в области менеджмента

Франчайзинг

выдача лицензии на определенную деятельность с предоставлением дополнительной управленческой, маркетинговой и технологической поддержки

Стратегический альянс

формальный или неформальный союз, создаваемый с целью объединения ресурсов для решения задач реорганизации, повышения рыночной эффективности, максимизации прибыли и т.д.

Совместное предприятие

одна из распространенных форм стратегического альянса, сопряженная с созданием новой компании юридически и экономически самостоятельными предприятиями

Многонациональная компания

наиболее «жесткая» форма международного сотрудничества, основанная на механизме акционерного участия и/или других способах корпоративного контроля

Международный стратегический альянс (МСА)

относительно продолжительное по времени межорганизационное соглашение по сотрудничеству, которое предусматривает совместное использование ресурсов или структур управления нескольких самостоятельных организаций, расположенных в разных странах, для совместного выполнения задач, связанных с корпоративной миссией каждой из организаций

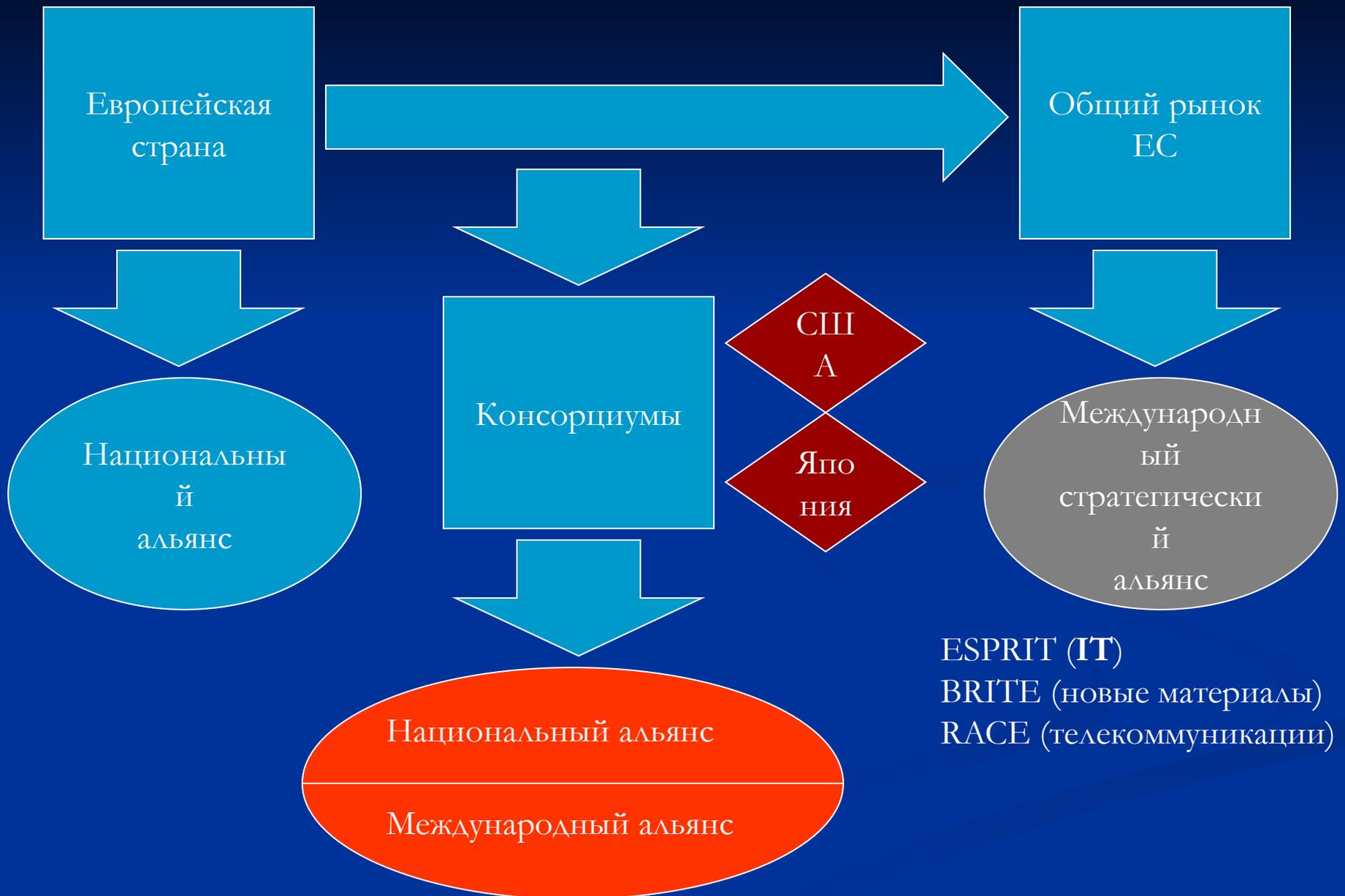
МСА

- Функциональные соглашения (по совместным научно-исследовательским и опытно-конструкторским работам, развитию производства, совершенствованию продукции, консорциумы и др.).
- Соглашения об участии в активах с созданием новой организации (совместные предприятия).
- Соглашения об участии в активах без образования новой организации (взаимный обмен акциями, приобретение небольшой доли участия).

Особенности МСА

- Происхождение партнеров из двух различных стран и более.
- Стратегическая значимость для каждого партнера.

Механизм возникновения МСА



Стратегическая значимость альянса для участников достигается за счет межорганизационных соглашений, которые:

- Компенсируют слабые стороны или создают конкурентные преимущества участников.
- Соответствуют долгосрочным стратегическим планам партнеров.
- Имеют целенаправленные рациональные цели для связей одной фирмы с другой.

Распределение по отраслям МСА, базирующимся в США

- производство компьютеров - 7,3%;
- фармацевтика - 6,8%;
- добывающая промышленность - 5,9%;
- автомобилестроение - 5,4%;
- продукты питания и напитки - 4,6%;
- аэрокосмическая промышленность - 4,1%;
- металлургия - 4,0%;
- телекоммуникации - 8,0%;
- индустрия развлечений - 6,2%;
- финансы - 5,3%;
- производство программных продуктов - 2,6%;
- электроэнергетика, газо- и водоснабжение - 1,9%.

Многонациональная компания (МНК)

компания, использующая международный подход в поиске заграничных рынков и при размещении производства, а также комплексную глобальную философию бизнеса, предусматривающую хозяйственную деятельность как внутри страны происхождения, так и за ее пределами

Принципы деятельности МНК

- Корпоративная целостность, основанная на принципе акционерного участия.
- Ориентация на достижение единых для компаний МНК стратегических целей и решение общих стратегических задач.
- Наличие единой управленческой вертикали (с различной степенью жесткости) и единого центра контроля в виде холдинговой компании, банка либо группы взаимосвязанных компаний.
- Бессрочный характер существования МНК.
- Глобальный, интегрированный подход к бизнесу с целью поиска новых рыночных возможностей, оценки возможных угроз для бизнеса со стороны конкурентов, поиска новых ресурсов для расширения деятельности (включая человеческие и финансовые ресурсы).
- Стремление закрепить присутствие компании на ключевых страновых (региональных) рынках.
- Ориентация на поиск общих черт присущих различным географическим рынкам.

Транснациональные группы



Транснациональные группы

- Производство
- Торговля
- Финансы
- Научные исследования

1976 г. 11 000

МНК

1990 г. 35 000

МНК

2011 г. 40 000

МНК

Факторы роста и развития международного бизнеса

- Достижения в области компьютерных технологий и телекоммуникаций привели к бурному росту взаимообмена информацией и идеями через границы государств, что позволяет потребителям больше узнать о зарубежных товарах.
- Правительства многих стран последовательно снижают барьеры для инвестиций и торговли, что открывает новые рынки для международных компаний.
- Существует тенденция к унификации и объединению в рамках мирового сообщества.

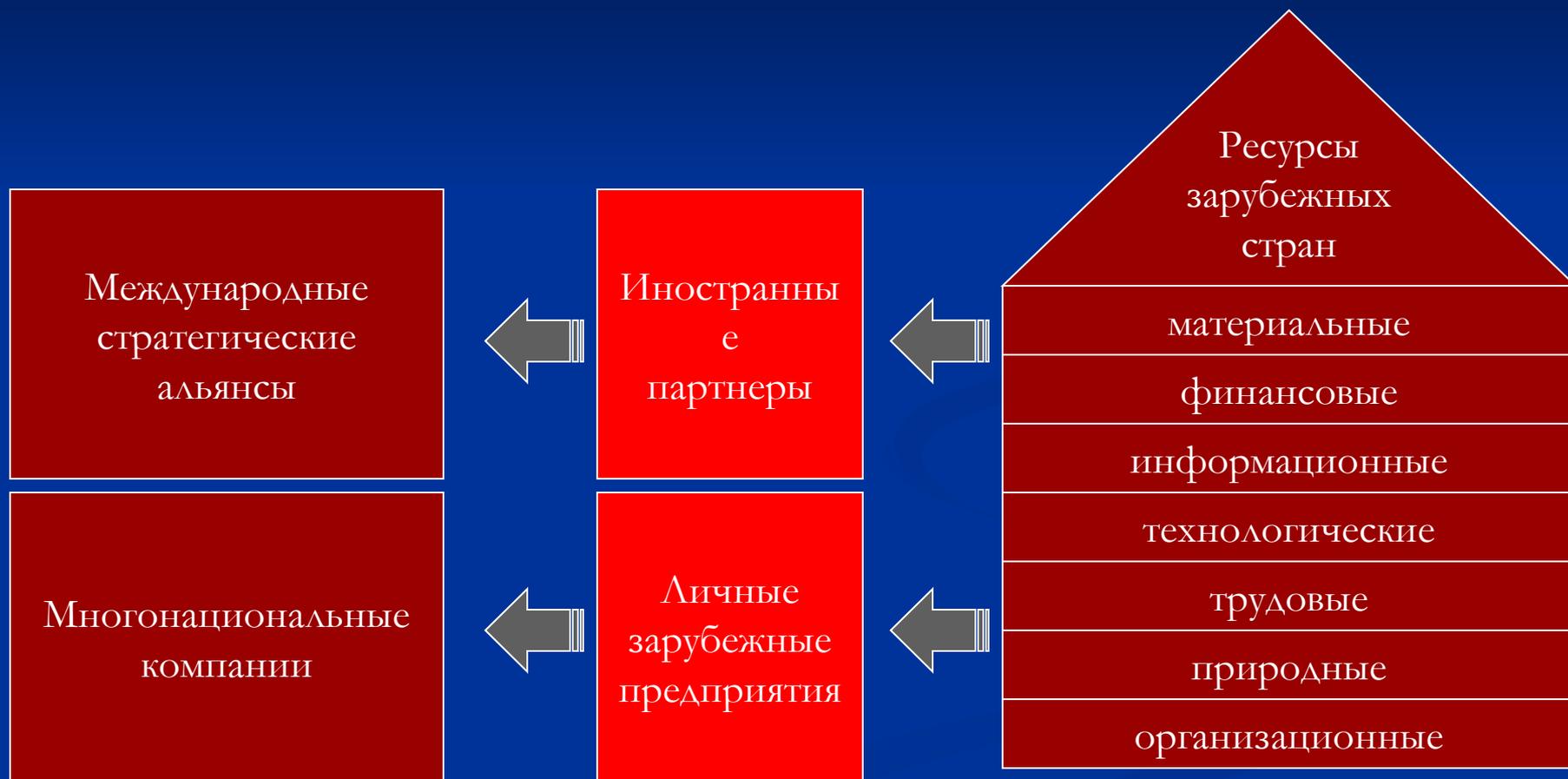
Задачи международной интеграции

- Доступ к новым рынкам, преодоление государственных торговых и инвестиционных барьеров.
- Доступ к новым источникам ресурсов: материальных, финансовых, трудовых, технологических, информационных, организационных.
- Достижение конкурентных преимуществ, устранение или смягчение конкуренции в интересах партнеров.
- Экономия на расширении масштабов производства, рационализация производства, повышение его эффективности, использование преимуществ вертикальной интеграции.
- Минимизация рисков.

Доступ к новым рынкам

- Преодоление правовых ограничений вхождения на зарубежный рынок.
- Открытие благоприятных рынков с точки зрения каналов сбыта и поступления ресурсов.
- Повышение эффективности использования производственных мощностей.

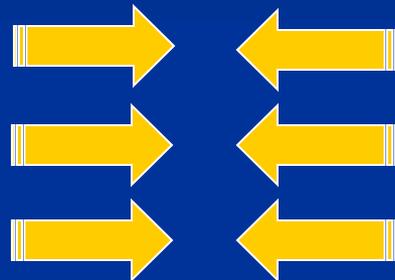
Доступ к новым источникам ресурсов



Достижение конкурентных преимуществ

- Способности воспринимать новые навыки и знания в области производства и менеджмента.
- Генерирование новой информации.
- Возможность получать информацию от других участников рынка.
- Создание интегрированных структур бизнеса.
- Развитие партнерских отношений между иностранными и местными фирмами.

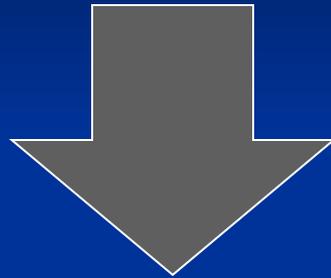
Д. Файтс, председатель совета директоров американской машиностроительной компании «Caterpillar»



менеджеры
консультанты;
агенты;
источники информации по рынкам;

Достижение конкурентных преимуществ

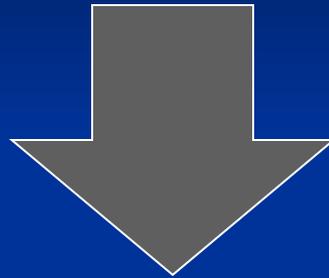
Тесное организационное взаимодействие с конкурентами



Поглощение конкурента в ходе экспансии МНК

Достижение конкурентных преимуществ

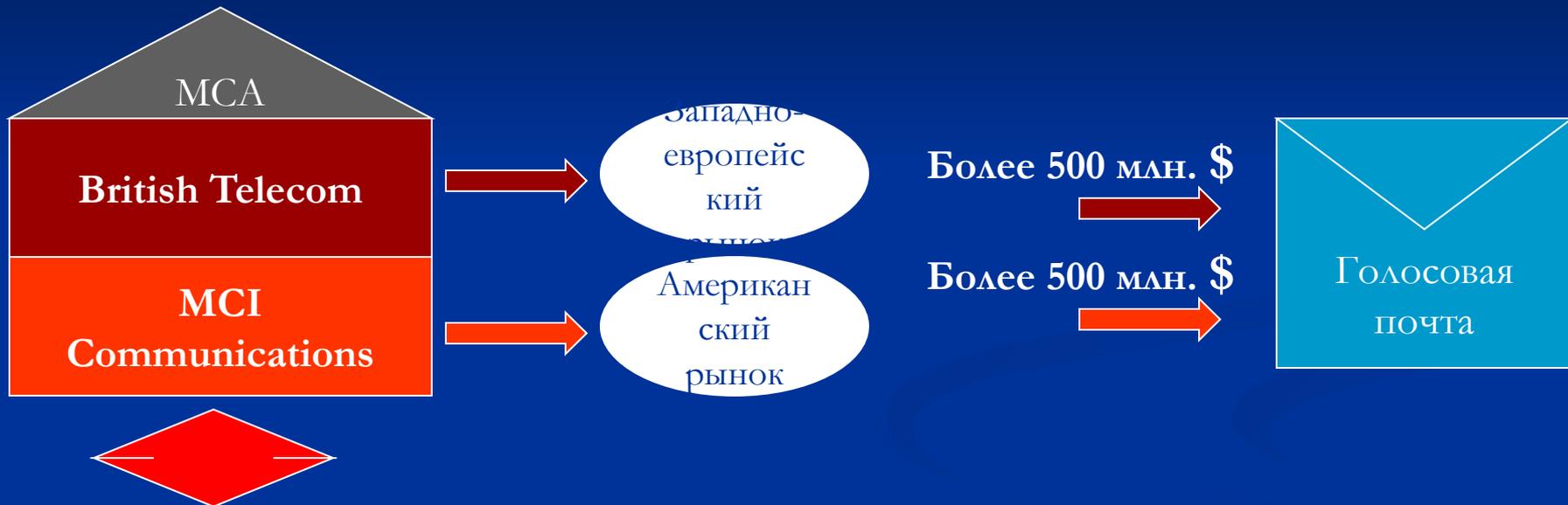
Тесное организационное взаимодействие с конкурентами



Сотрудничество с конкурентами на мировых рынках,
вплоть до создания МСА.

Достижение конкурентных преимуществ

В середине 1990-х



AT&T

План:

расширить спектр услуг,
предоставляемых международным
корпоративным клиентам

Достижение конкурентных преимуществ

Mitsubishi Motors

Соглашение о производстве
и сбыте серии дешевых
моделей автомобилей

Hyundai Motors

General Motors

Организация совместного
предприятия

Toyota

Повышение эффективности международного производства

- Определенные компоненты не производятся больше чем в двух местах с разными затратами, а переносятся туда, где издержки ниже.
- Так как объем производства в более благоприятном месте выше, дальнейшее снижение средней стоимости единицы продукции может быть достигнуто за счет «эффекта масштаба» - повышения эффективности по мере расширения производства, которое выражается в снижении средних затрат при увеличении объема выпуска.
- Уход от дублирования инвестиций и затрат на НИОКР.
- Распространение и обмен технологиями и ноу-хау.
- Открытие благоприятных сырьевых рынков.
- Международное разделение труда.
- Возможности финансового и налогового планирования с учетом особенностей функционирования финансовых рынков и государственной экономической политики в различных странах.

Минимизация рисков в процессе международной интеграции

- Страновая (региональная) диверсификация операций.
- Выход на новые перспективные рынки.
- Использование более разнообразных каналов сбыта.
- Снижение риска капиталовложений при вовлечении в кооперацию партнеров из числа национальных инвесторов.

Международный (мировой) рынок

- составная часть всемирного хозяйства, представляющая сферу спроса и предложения, а также коммерческого обмена товаров и услуг;
- система устойчивых товарно-денежных отношений между государствами, предпринимателями, коммерческими организациями, фирмами разных государств, связанными между собой участием в международном разделении труда.

Виды международных рынков

- Финансовый рынок.
- Товарный рынок.
- Рынок услуг.
- Рынок ресурсов.

Формы международных экономических отношений

1. Внешняя (международная) торговля:
 - А) Международные валютно-кредитные отношения.
 - Б) Мировая финансовая система.
2. Движение капиталов и инвестиций.
3. Миграция рабочей силы.
4. Межстрановая кооперация производства.
5. Международный обмен в области науки и техники.
6. Участие в работе международных экономических организаций.

Субъекты международных хозяйственных отношений

- хозяйствующие субъекты отдельных стран (предприятия, организации, предприниматели);
- внешнеэкономические организации отдельных государств;
- международные экономические организации;
- транснациональные и межнациональные компании.

Особенности функционирования компаний на международных рынках

- Глобальность.
- Системность.
- Мобильность.
- Динамичность.
- Информированность.
- Конкурентоспособность.
- Псевдохаотичность.
- Сложность в управлении.
- Высокая производительность.
- Большие объемы.

Причины выхода на международный рынок

- Экспансия.
- Перепроизводство внутри страны.
- Перенасыщение рынка внутри страны.
- Конкуренция.
- Стремление полностью использовать имеющиеся производственные мощности.
- Ощущение (ожидание) низкого экономического роста в отечестве.
- Возможность улучшить свое финансовое положение за счет высокой эффективности экспорта.
- Стремление к приобретению позитивного имиджа как компании-экспортера.
- Обеспечение конкурентного преимущества в отечестве за счет приобретения международного маркетингового опыта и международного бенчмаркинга.
- Возможность получения иностранной твердой валюты.
- Заимствование за рубежом ценного производственного опыта.