Лекция 9. Процесс транснационализации и ТНК в мировой экономике

План:

1.ТНК в МЭ: роль, основные причины возникновения;

2. Особенности ТНК

3. Движущие силы и мотивы зарубежных инвестиций ТНК:

4. Теории и школы о ТНК;

5. Способы получения конкурентных преимуществ

Вопрос 1. ТНК в МЭ: роль, основные причины возникновения;

Транснационализация – это процесс расширения и укрепления деятельности ТНК.

В мире существует около 65000 ТНК.

ТНК -

Это крупные компании, национальные по формированию капитала и интернациональные по деятельности.

Частица «транс» означает пересечение границ потоками товара и капитала.

Основные причины возникновения ТНК:

- Интернационализация производства и капитала
- Стремление противостоять жесткой национальной и международной конкуренции;
- Приобретение дополнительных преимуществ в сфере международной торговли

Вопрос 2. Особенности ТНК

1. Сочетание централизованного руководства с определенной степенью самостоятельности входящих в нее и находящихся в разных странах юридических лиц и структурных подразделений.

2. Определяющим фактором для ТНК стали зарубежные операции.

Для швейцарских ТНК они составляют свыше 90% от их производственно-сбытовой деятельности.

3. Законы свободного рынка не действуют внутри ТНК, здесь реализуются принципы планового хозяйства, устанавливаются внутренние трансфертные цены, определяемые стратегией компании, а не рынком.

Трансфертная цена

– внутрифирменная цена, которая используется при взаимообмене товарами или услугами и применяется в сделках, расчетах между отдельными подразделениями, филиалами корпораций, она всегда устанавливается конфиденциально.

При трансфертном ценообразовании передача продукции осуществляется по ценам ниже рыночных, равных себестоимости продукции.

Применение трансфертных цен влияет на показатели деятельности предприятия: издержки, цена, прибыль.

Предприятие, использующее в своем производстве продукцию, приобретаемую по трансфертным ценам, получает дополнительные конкурентные преимущества.

Трансфертные цены часто составляют *коммерческую тайну*, поскольку являются фактором конкурентоспособность товара

Но главная цель введения трансфертных цен — минимизация налогообложения внутрикорпоративных расчетов и таможенных платежей, а также аккумулирование прибыли в сбытовых структурах, зарегистрированных в зонах с льготным налогообложением.

4. На внутрифирменные операции ТНК приходится от 1\3 до 2\5 мировой торговли.

5. ТНК переносит за границу не только товар, но и сам процесс приложения капитала, соединяет ее с зарубежной рабочей силой в рамках международного производства.

6. ТНК объединяют национальные хозяйства ***не столько*** по географическому критерию, ***сколько*** на основе глубокой специализации и кооперации производства.

Они создают собственную подсистему МТР, которая предопределяет конфигурацию мирового хозяйства, не совпадающую с политической картой мира.

7. Проникновение ТНК разрушает институциональные, юридические и технологические барьеры, разделяющие национальные хозяйства. Силы сцепления берут верх над силами отторжения.

8. ТНК имеют возможность учитывать потребности мирового рынка и формировать спрос на свою продукцию до начала производства.

Вопрос 3. Движущие силы и мотивы зарубежных инвестиций ТНК:

1. Продвижение товаров на рынки других стран;
2. Развитие международной специализации и кооперации;
3. Использование научно-технического потенциала других стран;
4. Обеспечение поставок сырья и энергоресурсов из-за границы;

5. Выгодное использование капитала, не находящего достаточно прибыльного применения внутри страны;

6. Использование денежных рынков других стран.

Крупнейшие компании мира в 2005 г.

Компания	Страна	Объем продаж, млрд.долл.	Чистая прибыль, млрд.долл.
Wal-Mart Stores	США	287 989,0	10 267,0
BP	Великобритания	285 059,0	15 371,0
Exxon Mobil	США	270 722,0	25 330,0
Royal Dutch /Shell	Нидерланды/ Великобритания	268 690,0	18 183,0
General Motors	США	193 517,0	2 805,0
Daimler Chrysler	Германия	176 687,5	3 067,1
Toyota Motor	Япония	172 616,3	10 898,2
Ford Motor	США	172 233,0	3 487,0
General Electric	США	152 866,0	16 819,0
Total	Франция	152 609,5	11 955,0

ТНК контролируют:

- 80% патентов и лицензий на изобретения, новые технологии, ноу-хау;
- 90% мирового рынка пшеницы, кофе, кукурузы, лесоматериалов, табака и железной руды;
- 85% рынка меди и бокситов;
- 80% рынка чая и олова;
- 75% рынка сырой нефти, натурального каучука и бананов.

Критика ТНК

В своей внешнеэкономической деятельности ТНК :

-нередко навязывают развивающимся странам не отвечающую их интересам отраслевую структуру производства;

- Расточительно эксплуатируют их природные ресурсы;

- Загрязняют окружающую среду;

- Перекачивают в страны базирования значительную часть своих прибылей.

Ограничение последствий международного бизнеса

- ООН разработала «Кодекс поведения ТНК»;
- Июль 2003 г. – ООН одобрила проект конвенции «Норма ответственности ТНК».

Вопрос 4. Теории и школы о ТНК: основные постулаты:

- ТНК – это результат усиления конкуренции .

Авторы: П.Бакли и М.Кэссон.

Основные постулаты: выдвижение на первый план проблемы «собственности на знания» - перемещаемый вид активов корпораций, владение которым существенно облегчает международную экспансию.

Модель монополистических преимуществ

- Авторы С.Хаймер – Ч.П.Киндлебергер.

- Соединение теории роста фирмы с теорией монополистической конкуренции и на этой базе обоснование выхода компании за национальные границы: нормально развивающаяся ТНК должна постоянно расти, используя свои монополистические преимущества.

Парадигма цикла международного производства товара

- Автор – Р.Вернон.
- Теория ЖЦТ: каждая из основных фаз жизненного цикла товара: инновация, стандартизация, производство – имеет свой уровень издержек. В соответствии с этим уровнем ТНК решает, производить «дома» либо экспортировать производство.

На практике – это перемещение производства товаров и услуг, технологий и даже целых отраслей.

«Сбрасывая» технологии по мере устаревания в свои зарубежные филиалы, ТНК сосредоточивают усилия и ресурсы подразделений, в материнской фирме на разработки новых технологий и изделий.

Вопрос 5. Способы получения конкурентных преимуществ

Конкурентные преимущества общего порядка:

1. **Обладание собственной технологией.** Принадлежащие фирме ноу-хау или технологии продукта, процесса управления, которые другие фирмы могут получить только от данного владельца («Файзер», «Джонсон и Джонсон», Дюпон, Истмен Кодак)

Гудвилл, основанный на марке или торговом знаке

- Репутация в отношении качества и т.п., полученная на базе опыта (Проктер энд Гэмбл, Мерседес, Тойота и др.)

Экономия на масштабе:

- **Производства**. Производство в больших масштабах, снижающее себестоимость единицы продукции. Например, Дженерал Моторс имеет преимущество перед «Крайслер».
- Закупок. Снижение стоимости сырья и полуфабрикатов за счет закупок в больших количествах. (МакДональдс).

- **Финансирования**.

Доступ к финансированию по более низким ставкам для крупных фирм. ТНК считаются первоклассными заемщиками, получающих средства под % близкий к тому, который платят ком. банки для своих собственных филиалов.

- **Сбыта**. Отгрузка сырья и продукции большими партиями, снижающая себестоимость единицы продукции.

Еще в 1870 г. Рокфеллер, один из первых, заключил сделку с ж.д.компанией «Лейк-Шор»(Нью-Йоркская центральная ветвь)на перевозку нефти большими объемами. Стандарт гарантировала перевозить 60 вагонов нефтепродуктов в день, если ж.д. предоставит тариф в 1,3$. Это было на 35% ниже опубликованной ставки.

•Рекламы.

Продажа на нескольких рынках, позволяющих определенную «межрыночную» стандартизацию рекламы, сделав поправку на языковые различия (Нескафе, Проктер энд Гэмбл и др.)

- **Поддержка государства**. Свободный или преференциальный доступ на рынок, регулируемый государством.

- **Менеджмента персонала.** Навыки стимулирования групповой деятельности занятых и оптимизация производительности труда.

- **Экономия на диапазоне деятельности**. Сокращение затрат за счет объединения нескольких видов производства в рамках одной компании.

- **Экономия агломерации**. Снижение затрат в результате территориально-производственного кооперирования с другими фирмами.

Конкурентные преимущества, связанные с мультинационализацией

- Мультинациональные возможности маркетинга. Знание и доступ к рынкам нескольких стран;

- **Мультинациональные источники снабжения.**

Надежный доступ к источникам сырья, полуфабрикатам и т.п. в нескольких странах, снижающий издержки по сравнению с использованием единственного источника

- **Мультинациональная диверсификация**.

Снижение «риска страны» и бизнес-риска за счет операций в нескольких странах.

- **Опыт менеджмента в нескольких странах.**

Навыки управления операциями одновременно в нескольких странах.

Домашнее задание:

- Стратегии ТНК: сущность;
- Конкурентные стратегии компании (на примере любой ТНК);
- Мультинациональные стратегии.
- Экстернализация и ТНК

СРСП

- Подготовить доклады и рефераты на тему: «ТНК и инновационные процессы» (ТНК и развитие технологий, ТНК и передача технологий развивающимся странам и т.д.)