

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ ПО СПОСОБАМ ВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

К. О. Гуржиева

Южный институт менеджмента (г. Краснодар, Россия)

Поступила в редакцию 17 мая 2013 г.

Аннотация: в статье рассмотрены основные виды прямого иностранного инвестирования (ПИИ) в зависимости от способов ведения международной хозяйственной деятельности транснациональных корпораций. Определены причины и мотивы корпораций для предпочтения того или иного вида инвестирования, исследована история возникновения и эволюция их развития, составлена подробная классификация.

Ключевые слова: горизонтальные ПИИ, вертикальные ПИИ, вертикальные инвестиции, направленные вперед, обратные вертикальные инвестиции, экспортная платформа, экспортная платформа для страны базирования, экспортная платформа для третьих стран, глобальная экспортная платформа.

Abstract: the main types of foreign direct investment depending on ways of doing international business of multinational corporations are considered in the article. The reasons and motivation for choosing one of considered type of investment are defined, history of emerging and evolution of their development are investigated, detailed classification is made.

Key words: horizontal FDI, vertical FDI, backward vertical FDI, forward vertical FDI, Export-platform (FDI), home country export platform, third-country export-platform, global export-platform.

Прямое иностранное инвестирование (ПИИ) – это вложения инвесторов, не являющихся резидентами этого государства. С точки зрения ведения хозяйственной деятельности существуют различные формы таких капиталовложений, и одна из них – горизонтальные прямые иностранные инвестиции. Например, если компания по производству прохладительных напитков открывает такой же новый завод за пределами своего государства, это и есть горизонтальные инвестиции. Горизонтальные инвестиции, как правило, сопровождаются экспансией со стороны материнской компании и массовым вложением ПИИ в экономику принимающей страны.

Существуют две главные причины, по которым компания решает вести свою деятельность за пределами своей страны: доступ на новые (зарубежные) рынки и наличие дешевых факторов производства. Горизонтальные инвестиции подразумевают производство за рубежом практически тех же самых продуктов и услуг, что и в стране базирования. Этот вид инвестирования называется горизонтальным, поскольку транснациональные корпорации (ТНК) копируют те же виды

деятельности в разных странах. Предпочтение отдается горизонтальным ПИИ, когда сбыт продукции на зарубежные рынки слишком дорого обходится в силу транспортных расходов и торговых барьеров [1].

Вертикальные ПИИ относятся к тем международным компаниям, которые делят процесс производства географически. Они называются вертикальными, потому что ТНК делят производственную цепь вертикально, контролируя некоторые стадии производства за границей. Особенность такого разделения заключается в том, что производственный процесс включает в себя многочисленные стадии производства, требующие различные потребляемые материалы. И если цены на эти составляющие варьируются по странам, соответственно выгоднее для компании разделить производственную цепь. Далее, как показано на рисунке, вертикальные ПИИ делятся на две группы: обратные и направленные вперед вертикальные ПИИ.

В случае с вертикальными обратными ПИИ ТНК создают предприятие за границей в качестве собственного поставщика факторов производства, обеспечивающего материнскую компанию необхо-



Рисунок. Классификация ПИИ с точки зрения ведения хозяйственной деятельности

димыми составляющими. Инвестиции, направленные вперед, подразумевают те филиалы ТНК за границей, которые получают необходимые составляющие от материнской компании для собственного производства и, таким образом, стоят в производственной цепочке после материнской компании. У одной ТНК зачастую присутствуют и те, и другие виды инвестирования, что объясняется разной стоимостью необходимых составляющих в разных странах. Далее рассмотрим эти виды ПИИ подробнее. Но сначала следует изучить правильное толкование этих понятий, их интерпретацию в различных литературных источниках и то, что в современных условиях глобализации подразумевают под этими понятиями [2].

Развитие теории возникновения транснациональных корпораций проходило в три стадии. Ранее деятельность ТНК рассматривалась как часть теории капиталопотоков (Р. Кейвс (R. Caves), 1997). Представители этой теории утверждают, что собственно управление компанией должно располагаться в стране с избыточным капиталом, а производственные филиалы – в странах с дефицитом данного ресурса. Впоследствии теория транснациональных корпораций была разделена на два направления. Первое направление раскрывает происхождение вертикальных ПИИ, когда компания делит производственный процесс географически. Она основана на теории капиталопотоков, согласно которой прямое инвестирование является необходимым для производства в зарубежных филиалах. Другое направление рассматривает модель горизонтальных ПИИ, когда компания производит

одинаковые товары и услуги в разных странах. Существует еще третье направление, комбинирующее оба вышеперечисленные. Такая теория была названа моделью КЗ – «Капитал знаний».

Прежде чем углубиться в основные принципы рассмотренных моделей ПИИ, важно ознакомиться с наиболее распространенными в экономической литературе определениями вертикальных и горизонтальных ПИИ. Приведем четыре наиболее ранних из них. Первое основано на мотивации инвестирования. Согласно такому определению ПИИ можно разделить на вертикальные и горизонтальные в зависимости от мотивов компании при создании зарубежных филиалов. Таким образом, суть вертикальных ПИИ заключается в экономии на факторах производства, цены на которые сильно различаются по странам. Второй способ разграничения этих двух типов инвестирования был предложен Л. Брейнардом (Lael S. Brainard, 1993), который для объяснения деятельности ТНК за рубежом ввел понятие «пропорция факторов». Такой метод исходит из эмпирической оценки международных торговых потоков. В третьем направлении применяется географическое распределение продаж через зарубежные филиалы. И, наконец, последнее направление было разработано Дж. Маркузеном (James R. Markusen) в 1995 г. Он определил вертикальные ПИИ как географическое разделение процесса производства по стадиям, что очень схоже с фрагментацией. Современное понятие включает некоторые общие черты этих альтернативных направлений и определяет вертикальные ПИИ как географическое разделение производства, а гори-

горизонтальные рассматриваются как дублирование деятельности транснациональной корпорацией в разных странах.

Конечно, четкую грань между горизонтальными и вертикальными ПИИ провести невозможно, поскольку даже в случае с горизонтальными инвестициями зарубежные филиалы все равно пользуются услугами консультации и управления материнской компании, даже если компания дублирует одну и ту же деятельность в нескольких странах. Таким образом, любая горизонтально инвестированная ТНК имеет черты вертикального инвестирования.

В экономической литературе очень близкими понятиями к вертикальным ПИИ часто называют аутсорсинг и фрагментацию. Эти понятия очень обобщенно отражают деятельность компании и обычно включают разделение производственного процесса за пределами страны базирования. К тому же разные выдающиеся исследователи по-своему определяют географическое разделение производства. Р. Феенстра (Robert C. Feenstra, 1998) назвал это «дезинтеграцией производства», П. Кругман (Paul Krugman, 1996) – «разрыв цепочки создания стоимости», а Э. Линер (Edward E. Leamer) отнес такой процесс к «делокализации» [1].

Горизонтально инвестированные ТНК – это компании, производящие одинаковые товары и услуги на многочисленных предприятиях в разных странах, где и сбыт, и производство осуществляются на том же рынке. Для осуществления горизонтальных ПИИ важно наличие двух факторов: незначительных торговых затрат и стабильного уровня экономии масштаба. Главным мотивом горизонтальных ПИИ является избежание транспортных расходов или выход на зарубежные рынки, что можно сделать, только разместив там свои предприятия по производству товаров/услуг. Модель горизонтальных ПИИ предполагает размещение инвестиций в среде равных по экономическому уровню и благосостоянию стран. Разницу между горизонтальными и вертикальными ПИИ можно представить в виде уравнения издержек и получаемых выгод.

Открытие за рубежом нового производственного предприятия вместо обыкновенного экспорта продукции на рынок подразумевает дополнительные затраты в связи с выходом на неосвоенную территорию. Более того, это также влечет производственные издержки – как постоянные, так и переменные, в зависимости от цен на факторы производства и технологии. Уровень экономии

масштаба на заводе увеличит расходы на открытие зарубежных предприятий. Другую часть уравнения можно представить экономией затрат от экспорта в связи с переходом на местное производство. Наиболее очевидные из них – транспортные издержки и тарифы. Дополнительная экономия связана с близостью к рынку, поскольку доставлять товар теперь значительно ближе и реагировать на рыночные изменения можно значительно быстрее. Соответственно, если такая экономия перевесит издержки, транснациональная компания предпочтет экспорту горизонтальные ПИИ. Но такая экономия на торговых издержках и эффекте масштаба может быть только тогда, когда горизонтальные ПИИ размещаются между равными странами.

Чтобы объяснить это, приведем пример с двумя странами, разными по площади или по наличию необходимых факторов производства. В обеих ситуациях не берем в расчет транспортные издержки. В первом случае горизонтальные ПИИ маловероятны, потому что усложняется для национальной компании управление и производство в стране, большей по территории. Но ТНК также столкнется с постоянными издержками при установлении предприятия в меньшей по площади стране, в то время как национальная компания в большей стране понесет издержки в связи с экспортом в малую страну. Во втором случае страны, равные по территории, но с разным наличием необходимых факторов производства. Здесь опять горизонтальное инвестирование будет убыточным для ТНК, поскольку установление предприятия в стране, бедной ресурсами, обходится дорого. Национальная компания, расположенная в стране с избыточным фактором производства (к примеру, трудовой силой), ведет к производству готовых изделий с низкой себестоимостью. Наличие транспортных издержек чрезвычайно важно, поскольку в другом случае компания вынуждена будет осуществлять сбыт продукции через экспорт и получит только экономию на эффекте масштаба при производстве на одном предприятии [3].

Более обобщающая модель Л. Брейнарда (Lael S. Brainard, 1993) раскрывает роль эффекта масштаба и транспортных издержек на уровне предприятия. Это объясняется тем, что горизонтальные ПИИ используются как альтернатива экспорту, когда торговые издержки предприятия больше постоянных издержек при открытии нового филиала, что также известно как «подход близость–концентрация». Смысл этого подхода заключается в разнице между сокращением транспортных издержек бла-

годаря близости к рынку и эффектом масштаба при производстве на одном предприятии, т.е. концентрацией. Эффект масштаба возникает на основе постоянных издержек при открытии нового предприятия. Модель предполагает два случая, когда горизонтальные ПИИ превалируют над экспортом или полностью вытесняют его. Первый случай – когда транспортные издержки достаточно высоки в сравнении с постоянными издержками предприятия, тогда как во втором случае ТНК не может обслуживать все рынки сбыта с помощью одного предприятия по производству. Другими словами, мотивов для осуществления горизонтальных ПИИ тем больше, чем больше транспортные издержки постоянных и чем выше доходность от эффекта масштаба [4].

Дальнейшее развитие модели горизонтальных инвестиций было разработано Дж. Маркуzenом и А. Венейблом (James R. Markusen, 1998, Anthony J. Venables, 2000). Они расширили вышеупомянутую модель до мультинациональной структуры, учитывая совокупность мультинациональных и местных производителей в каждой стране. Прежде всего, транснациональные компании доминируют в странах, схожих по размеру, наличию факторов производства и технологий. Также авторы показали, что различие в наделенности факторами производства сокращает размеры горизонтальных ПИИ [1].

В табл. 1 показаны условия, необходимые для осуществления горизонтальных ПИИ: схожесть стран по площади и наличию необходимых факторов производства, наличие транспортных издержек и экономия от эффекта масштаба на уровне компании. На основе этой таблицы можно объяснить разнообразие характеристик потоков ПИИ. Во-первых, горизонтальные ПИИ сокращают путь торговых потоков, поскольку снабжение рынка

теперь происходит через местное производство, а не через экспорт. Во-вторых, горизонтальным ПИИ отдают предпочтение, когда стоимость импорта выше расходов на инвестирование. В-третьих, горизонтальные ПИИ характерны для больших зарубежных рынков, что позволяет новому предприятию уменьшить постоянные издержки через большой объем производства. И, наконец, ценность местного производства может превысить простое вычисление чистых затрат через описанное уравнение, когда открытие нового предприятия по производству может иметь стратегическую ценность. На олигополистическом рынке продажи каждой компании зависят от предельных издержек всех конкурентов [4].

Вкладывая горизонтальные ПИИ, компания сокращает свои предельные издержки, что может, в свою очередь, заставить остальные компании сократить объемы продаж. Открытие нового предприятия означает появление еще одного поставщика на местном рынке, что меняет поведение конкурентов. Обе страны обычно равны по размеру, а с вертикальными инвестициями страна базирования должна быть больше принимающей страны. Для модели горизонтальных инвестиций основным является ответ на вопрос, как осуществлять сбыт продукции на зарубежный рынок (принимающей страны), тогда как для модели вертикальных ПИИ – на внутренний рынок (страны базирования).

Стандартная модель вертикальных ПИИ включает в себя принятие решения, где лучше расположить производство, чтобы минимизировать издержки. В стране базирования обычно сосредоточена управленческая деятельность, производство же может располагаться как в стране базирования, так и за рубежом. Производственные издержки зачастую можно значительно сократить при производстве

Т а б л и ц а 1

Условия для вертикальных и горизонтальных ПИИ

Критерии осуществления вертикальных и горизонтальных прямых иностранных инвестиций	Вертикальные прямые иностранные инвестиции	Горизонтальные прямые иностранные инвестиции
<i>Становые характеристики</i>		
Абсолютный размер рынка	Большой	Малый
Относительный размер рынка	–	Подобный
Относительная наделенность факторами производства	Разная	Схожая
Торговые издержки/барьеры	Низкие	Средние/высокие
Тарифы	Низкие	Высокие
<i>Экономия масштаба</i>		
На уровне компании (ТНК)	–	Большая
На уровне предприятия	–	Низкая

Источник: International Business Review, 2008.

в принимающей стране. Следовательно, разница здесь только в сокращении издержек производства за границей и в неизбежных издержках по доставке товара обратно в страну базирования.

В условиях современной глобализации все же преобладают горизонтальные ПИИ. Развитые страны выступают одновременно и донорами, и реципиентами большей части ПИИ, так как доступ на зарубежные рынки является большим мотивом по сравнению с возможностью сокращения издержек производства [5]. В современных условиях вертикальные инвестиции в чистом виде не встретишь. Частично они – в тяжелой промышленности. Что касается горизонтальных ПИИ, то они в основном характерны для пищевой промышленности. Это известные филиалы-заводы *Bonduelle*, *McDonalds*, компании *Pepsi* и *Coca Cola*.

Согласно Л. Брейнарду (*Lael S. Brainard*) иностранные филиалы американских ТНК экспортируют только 13 % зарубежной продукции обратно в США, а большинство предприятий от американских транснациональных корпораций нацелены на сбыт своей продукции на местных рынках. В США 2–8 % производства иностранных филиалов экспортируются обратно в материнскую компанию, остальные 64 % продаются на американском рынке. Доминирующую часть ПИИ привлекают большие зарубежные рынки, а не дешевый труд (или любые другие факторы производства), поэтому большая часть потоков ПИИ соответствует горизонтальным, а не вертикальным ПИИ [6].

Модель транснациональной компании типа КЗ (капитал знаний) комбинирует в себе черты и горизонтальных, и вертикальных ПИИ. Изначально эта модель использовалась для подтверждения преимуществ горизонтальных ПИИ перед вертикальными. Большинство ее положений подтверждало это, но в дальнейшем исследовании влияния на принимающие страны вертикальных ПИИ было признано более благоприятным (поскольку большой объем продаж иностранных филиалов повышает уровень ВВП принимающей страны). Согласно теории Дж. Маркузена и А. Венейбла (*James R. Marcusen*,

Anthony J. Veneables, 2005) горизонтальные и вертикальные ПИИ делят на рыночно-ориентированную и экспортно-платформную деятельность в зависимости от того, что для компании более важно: торговые издержки или необходимые факторы производства, на что, соответственно, оказывает влияние ее специализация на производстве отдельных компонентов или сборке [5].

Учитывая, что количество горизонтальных ПИИ на мировом рынке все же превалирует, так как основным мотивом их выступает сокращение торговых издержек (избежание тарифов), тенденции 1990 х гг. несколько озадачивают. Невероятное сокращение торговых издержек благодаря торговым переговорам и технологическим изменениям сопровождалось значительным ростом ПИИ. П. Ниари (*J. Peter Neary*, 2007) нашел этому два объяснения. Он показал, что основным мотивом трансграничного слияния является сокращение торговых затрат. А так как слияния и поглощения более выгодны финансово, чем «инвестирование с зеленого поля», т.е. создание новых предприятий, то горизонтальные ПИИ получили большую популярность. П. Ниари также утверждает, что горизонтальные ПИИ в торговых объединениях являются следствием либерализации торговли в них. Когда торговые издержки падают внутри такого объединения, зарубежные компании инвестируют в одну из стран с тем, чтобы в дальнейшем снабжать все рынки этого блока. Например, американские компании могут осуществлять производство в Ирландии с тем, чтобы поставлять товар в Европу, или немецкие компании производят в Канаде, чтобы продавать товар на всем рынке Северной Америки. Соответственно главным мотивом для горизонтального инвестирования выступает доступ на новые рынки, а избежание торговых барьеров – всего лишь средство его достижения.

Перечисленные примеры – результат более сложной формы инвестирования, сложившейся в условиях современной глобализации. В последнее время ее относят к экспортной платформе ПИИ [6]. Основные отличия горизонтального инвестирования от вертикального приведены в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Основные отличия горизонтальных прямых иностранных инвестиций от вертикальных вложений

Характеристики	Горизонтальные ПИИ	Вертикальные ПИИ
Причины, мотивы и цели	Доступ на новые (зарубежные) рынки. Высокие транспортные расходы и торговые барьеры	Дешевые факторы производства
Ответ на вопрос	Как осуществить сбыт продукции на зарубежные рынки	Как лучше минимизировать издержки
Совмещение с экспортом	Как альтернатива экспорту	Может быть совмещено

Это новый на сегодняшний день термин, который в современной литературе часто приписывают к вертикальной деятельности ТНК – «инвестирование ПИИ в экспортную платформу», особо популярный предмет последних исследований. Он определяется как производство в принимающей стране с целью продажи в третью страну или обратно в страну базирования. Таким образом, данное определение включает в себя характеристики как вертикального, так и горизонтального инвестирования. Как горизонтально инвестированная компания она осуществляет сбыт продукции на огромный интегрированный рынок. Но в то же время расположение филиала внутри конкретного региона выбрано из ценовых соображений, что присуще вертикальным ПИИ. Однако эмпирические выводы Г. Хэнсона (Gordon H. Hanson, 2001) предполагают большую схожесть этого вида инвестиций с вертикальными ПИИ, поскольку они тесно связаны с ценовыми мотивами и обратно пропорционально зависят от размера зарубежного рынка.

Экспортная платформа ПИИ – это прямые иностранные инвестиции, основным мотивом которых является скорее экспорт, чем сбыт продукции на зарубежный рынок. Ранее принято было считать экспортную платформу чисто вертикальными ПИИ, когда экспорт направляется обратно в страну базирования. Однако в последнее время преобладает другая тенденция экспортной платформы, когда экспорт осуществляется на третьи рынки. Увеличивающиеся интеграционные торговые объединения с низкими внутренними торговыми барьерами, но высокими внешними активно способствуют этому. ТНК открывают филиалы внутри таких объединений и, используя местные предприятия, осуществляют сбыт продукции на весь рынок этого торгового объединения [6].

М. Мотта и Дж. Норман (Massimo Motta, George Norman) обнаружили, что увеличение доступа к рынку внутри таких объединений (изначально через вертикальные ПИИ) приводит к появлению на нем экспортной платформы ПИИ. В качестве дополнительной выгоды (поскольку ПИИ становятся более желательными для иностранных фирм благодаря тому, что они с помощью одного предприятия могут снабжать все рынки торгового объединения) сокращаются субсидии, нацеленные на открытие новых филиалов иностранных компаний. Вместо одного рынка принимающей страны компания теперь легко через национальный может охватить большой региональный рынок. Поскольку торговые объединения имеют региональную

основу, инвестору удастся избежать как явных торговых барьеров (транспортные издержки), так и скрытых (тарифы) [1].

С. Кумар (Saket Kumar, 1988) подчеркивает, что необходимо различать экспортную платформу ПИИ, ориентированную на страну базирования, и экспортную платформу ПИИ, ориентированную на третьи страны. Для первой группы ПИИ имеет значение только дешевизна факторов производства в других странах и торговые затраты на доставку обратно в страну базирования. А для группы ПИИ, направленной на экспорт в третьи страны, более важное значение имеет доступ на зарубежные рынки, а торговые затраты на обратный перевод продукции здесь играет меньшую роль [2].

В последующем исследовании К.Экхольм (Karolina Ekholm, 2007) выделила три типа экспортной платформы ПИИ. Экспортная платформа ПИИ для страны базирования включает в себя экспорт обратно в материнскую компанию. Экспортная платформа ПИИ для третьих стран включает в себя экспорт на большие зарубежные рынки. И глобальная экспортная платформа ПИИ – это экспорт как в страну базирования, так и в третьи страны. Когда принимающая страна базирования находится в зоне свободной торговли, внутренние компании осуществляют инвестирование по 1-му и 3-му типам, а внешние – по 2-му. Согласно такому сценарию, филиалы американских ТНК в Северной Америке сконцентрированы на экспорте обратно в страну базирования, тогда как их европейские филиалы нацелены на экспорт в третьи страны [1].

Экспортная платформа ПИИ – явление новое и еще должным образом не исследованное. Например, когда ТНК использует принимающую страну в качестве экспортной платформы, местные производители для нее не конкуренты, и тогда ТНК может не беспокоиться о промышленном шпионаже. Поскольку особого риска для местных производителей здесь нет, правительство может считать экспортную платформу ПИИ благоприятной в отличие от ПИИ, целью которых является лишь сбыт продукции на местных рынках, поэтому экспортная платформа ПИИ не затоваривает рынок, что часто характерно для ПИИ [6]. В табл. 3 представлена эволюция толкования данного понятия, где можно увидеть, насколько разнятся взгляды экономистов при объяснении феномена инвестиций такого типа.

Таким образом, рассмотренная нами ранее модель транснациональной компании КЗ представляет собой не что иное, как новый вид инвестирования – экспортную платформу.

Определение экспортной платформы прямых иностранных инвестиций

Автор	Год	Определение
Дж. Маркузен и А. Венейбл (James R. Marcusen, Anthony J. Veneables)	2005	Отождествляли понятие вертикальных инвестиций и экспортной платформы
Г. Хэнсон (Gordon H. Hanson)	2001	Подчеркивает большую схожесть с вертикальными инвестициями, так как определяющим преимуществом, по его мнению, являются ценовые мотивы
М. Мотта и Дж. Норман (Massimo Motta, George Norman)	1996	В основе видели вертикальное инвестирование, которое через увеличение доступа к рынку трансформировалось в экспортную платформу
П. Ниари (J. Peter Neary)	2007	Рассматривает экспортную платформу как сложный интегрированный тип инвестирования в условиях современной глобализации и интеграции микрохозяйственных связей, т.е. модель КЗ. Большое сходство определяет с горизонтальными инвестициями в силу экономии масштаба и доступа к рынкам сбыта
С. Кумар (Saket Kumar)	1988	Разделял экспортную платформу на 2 вида: – ориентированную на страну базирования с мотивом экономии на факторах производства, т.е. в основе лежит вертикальное инвестирование; – ориентированную на третьи страны, мотивом которой выступает доступ на зарубежные рынки сбыта, т.е. в основе – горизонтальное инвестирование
К. Экхольм (Karolina Ekholm)	2007	Выделяет 3 вида платформ: – для страны базирования; – для третьих стран; – глобальная: как для страны базирования, так и для третьих стран. Мотивы и основу возникновения выделял так же, как и С. Кумар, для 3-го вида платформ. Мотивы выхода на рынок меняются в зависимости от вида хозяйственной деятельности и стратегии корпорации
К. О. Гуржиева	2012	Сложный вид прямого иностранного инвестирования, сформировавшийся в условиях современной глобализации и интеграции, имеющий в своей основе вертикальное инвестирование, сохранившее черты горизонтального, проявляющее более признаки то одного, то другого в зависимости от целей и мотивов выхода на международные рынки и способов ведения хозяйственной деятельности

Из таблицы следует, что если ранее авторы попросту отождествляли экспортную платформу с одним из двух видов инвестирования, то со временем выработался комплексный всесторонний подход к ее определению и доказана неприверженность ее ни к одному из ранее известных видов инвестирования. Учитывая тенденции последних исследований в условиях усиливающейся глобализации, с нашей точки зрения, уместно будет все же выделить экспортную платформу как отдельную, имеющую в своей основе вертикальное инвестирование, сохранившую черты горизонтального, проявляющую более признаки то одного, то другого в зависимости от целей и мотивов выхода на международные рынки и способов ведения хозяйственной деятельности. Разделение же экспортных платформ на 3 вида, по К. Экхольм, весьма актуально и в соответствии с современной ситуацией на международном рынке может быть более пояснено, что показано в табл. 4.

На практике экспортная платформа для страны базирования занимается производством товара за границей не полностью, а лишь преимущественно для внутреннего потребления. Так, например, у американской компании Apple заводы по сборке оборудования только в Китае, продаются товары на рынках Европы и развивающихся стран, но основным потребителем iPhone, iPad, планшетов, компьютеров являются сами США [3]. Вообще экспортная платформа в любом виде распространена в производстве техники, автомобильной промышленности. Наиболее распространенным видом инвестирования является глобальная экспортная платформа. Компания Ford имеет множество заводов по производству компонентов и сборке машин в разных странах. В соответствии с четкой схемой поставок, созданной с учетом квалификации и стоимости рабочей силы, наличия сырья, фирменной структуры, специализации страны и объема рынка сбыта, на сборочные

Особенности видов экспортной платформы прямых иностранных инвестиций

	Мотивы выхода на международные рынки	Цели выхода на международные рынки	Особенности ведения хозяйственной деятельности	Пример
Экспортная платформа для страны базирования	Экономия на факторах производства	Преимущественно для внутреннего потребления, т.е. для страны базирования	Сохраняется вертикальная интеграция: производство – за рубежом, управление и НИОКР – в стране базирования	Apple
Экспортная платформа для третьих стран	Емкий рынок	Сбыт продукции	Управление и НИОКР – в стране базирования, производство может осуществляться в любых странах	Nissan Motor и Daimler-Benz
Глобальная экспортная платформа	Экономия на факторах производства	Как для внутреннего потребления, так и для сбыта в третьи страны	В разных странах в зависимости от цен на факторы производства имеется несколько филиалов-производителей по отдельным этапам производства или по отдельным составляющим продукции, затем комбинация производственной цепочки и сбыт как в стране базирования, так и в третьих странах	Ford, Toshiba, Electrolux, Sharp

заводы корпорации «Форд» в Великобритании, Испании и ФРГ карбюраторы и распределители системы зажигания поступают из Ирландии, трансмиссии – из Франции, отливки деталей двигателя и шестерни – из Германии. Объединив технологические цепочки заводов каждой из этих стран в интегрированное производство, Ford поставляет свои автомобили как во множество других стран, так и экспортирует обратно в США для внутреннего потребления. Другой пример таких же компаний – это Toshiba, Electrolux, Sharp и т.д. [7].

Продажа исключительно для третьих стран встречается нечасто, это больше относится к каким-либо специализированным продуктам. К примеру, объединив усилия в области научных исследований и конструкторских разработок, компании японская Nissan Motor и немецкая Daimler-Benz занялись производством автомобилей грузоподъемностью от 3 до 10 тонн. Основными рынками сбыта для них являлись Азия, Южная и Центральная Америка [8].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Protsenko A.* Vertical and Horizontal Foreign Direct Investments in Transition Countries : Inaugural-Dissertation

Южный институт менеджмента (г. Краснодар, Россия)

Гуржиева К. О., аспирант
E-mail: i-330-box@mail.ru
Тел.: 8(861) 233-88-59

zur Erlangung des Grades Doctor oeconomiae publicae (Dr. oec. publ.) / A. Protsenko. – München, 2003. – 159 p.

2. *Aizenmana J.* The merits of horizontal versus vertical FDI in the presence of uncertainty / J. Aizenmana, N. Marion // Journal of International Economics 62 (2004) 125–148. – Hanover, 2003. – P. 100–120.

3. *Dedrick J.* China's Role in the Global R&D Strategies of Multinational Corporations. School of Information Studies Syracuse University / J. Dedrick. – Greece, 2011. – 14 p.

4. *Beugelsdijk S.* The impact of horizontal and vertical FDI on host's country economic growth / S. Beugelsdijk, R. Smeets, R. Zwinkels // International Business Review 17 (2008) 452–472. – Nijmegen, 2008. – P. 98–113.

5. *Glass A.* World Economy Vertical versus Horizontal FDI. Department of Economics : Dissertation / A. Glass. – Texas A&M University, 2011. – 9 p.

6. *Hayakawa K.* Export Platform FDI and Firm Heterogeneity / K. Hayakawa, K. Tanaka // IDE Discussion Paper № 310. JETRO. – Japan, 2011. – P. 3–15.

7. *Зименков Р. И.* Инвестиционная активность американских ТНК как субъектов процесса глобализации / Р. И. Зименков, Е. М. Романова // Российский экономический журнал. – 2004. – № 2. – С. 42–55.

8. *Зименков Р. И.* Американские ТНК за рубежом : стратегия, направления, формы / Р. И. Зименков, Е. М. Романова // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 8. – С. 48–53.

South Institute of Management (Krasnodar, Russia)

Gurzhieva K. O., Post-graduate Student
E-mail: i-330-box@mail.ru
Тел.: 8(861) 233-88-59