

УДК 338.43.01

МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ КАК ОБЪЕКТ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ

Станкевич А. А.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: stnast82@mail.ru

В статье автором были определены внешние и внутренние функции финансового менеджера, занимающегося принятием управленческих решений на международном рынке, а также описаны основные этапы становления и развития международного финансового менеджмента. Было отмечено, что основу экономического глобализма составляет финансово-инвестиционное взаимодействие субъектов мирового хозяйства. Проанализирована связь финансовой глобализации с ростом международных валютно-кредитных и финансовых отношений. Описаны основные стратегии выхода российских компаний на международный рынок.

Ключевые слова: финансовое управление, валютные и страновые риски, курсовая разница, корпоративная этика, валовой региональный продукт.

ВВЕДЕНИЕ

Современный финансовый менеджмент рассматривают в двояком аспекте: как практическую деятельность по управлению денежными потоками компании, которая осуществляет международную экономическую деятельность, и как область научного знания о методах и инструментах эффективного управления денежными потоками компании в условиях интернационализации ее международных связей. Для того чтобы управленческие решения были эффективными, финансовый менеджер должен опираться на теоретические знания, владеть научной системой доказательств того, что разработка и принятие решений в области международного финансирования, инвестирования и операционной деятельности компании обоснованы, взвешены и имеют рациональное звено.

Целью данной статьи является определение функций финансового менеджера, занимающегося принятием управленческих решений на международном рынке, а также описание основных этапов становления и развития международного финансового менеджмента.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Как отдельная научная дисциплина международный финансовый менеджмент был выделен в конце XX века. В настоящее время особое внимание уделяется стратегическому и финансовому управлению [9].

Вопросам разработки методологии управленческих решений в международном менеджменте посвящены работы таких иностранных и отечественных авторов, как М. Портер, А. А. Томпсон, И. Ансофф, Г. Ассэль [8], Р. А. Фатхутдинов, С. Емельянов [5, с.107–116], Коваленко О. Г. [7, с. 13–16], Бочковая В. В. [3, с. 19–24], Волков А. Ю. [4, с. 74–78] и др.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ КАК ОБЪЕКТ...

Если говорить о понятии финансового менеджмента и его методологических основах, то можно отметить, что основными являются концепция денежных потоков, стоимость денег во времени, риск и доходность от операций, определение эффективности рынков, на которые предприятие может продвигать свою продукцию, ценообразование активов, дивидендная политика и др.

В настоящее время уделяется внимание такому стратегическому управлению, как развитие концепций корпоративного управления и его технологий. О. С. Родникова, Р. П. Федорцова выделяют Сбалансированную систему показателей (Balanced Scorecard), Пирамиду достижений (Performance Pyramid) и Панель управления (Tableaubord) [11, с. 164–166].

Отличительными особенностями данных моделей является использование нефинансовых показателей. Данные модели, ориентированные на будущее, могут охватить различные сферы деятельности предприятия.

Что касается специфики компании, которая осуществляет международную деятельность, то выделяют следующие факторы, являющиеся первостепенными для финансовых менеджеров: валютные курсы, инфляционные дифференциалы, налогообложение государств, где представлен продукт компании, валютные и страновые риски, корпоративная этика, международные стандарты учета и отчетности.

Учет этих факторов позволяет адекватно сделать прогноз не только денежных потоков, но и рассчитать затраты на капитал. Правильный расчет этих составляющих лежит в основе принятия решений в области международного инвестирования, международных заимствований, международных сделок со слиянием и поглощением и оценки международного бизнеса.

Как считает автор Асман М. А., «расширение научно-исследовательских и исследовательско-конструкторских работ нуждается в огромных финансовых затратах, дорогостоящем оборудовании, высококвалифицированных кадрах. Это заставляет различных субъектов хозяйственных и других отношений принимать участие в международном научно-техническом разделении труда» [2, с. 225].

Можно согласиться с данным автором, так как глобализация сильно влияет на международную научно-техническую среду, на формы и методы сотрудничества, а устойчивые связи между торговыми партнерами обеспечивают производственное кооперирование. Примерами производственного кооперирования выступают подрядная кооперация, договорная специализация, общее производство.

Принятие управленческих решений обязательно должно опираться на знание менеджерами особенностей внешней среды функционирования международного бизнеса. Для того чтобы осуществить международные инвестиции и международные займы, менеджер компании должен уметь прибегать к международным рынкам капитала – это международный валютный рынок, рынок еврокредитов, международный рынок акций. Выручка и затраты компаний, которые осуществляют экспортно-импортную деятельность, будут находиться в зависимости от состояния соответствующих международных товарных рынков. Менеджеры должны постоянно заниматься мониторингом данных рынков, а также уметь прогнозировать конъюнктуру. Помимо этого, менеджмент компании должен знать

механизмы взаимодействия с институтами и посредниками на этих рынках: банками, инвестиционными компаниями, биржами, консалтинговыми и рейтинговыми агентствами.

В глобальном масштабе уровень устойчивой экономической безопасности региона оценивают с помощью маржинальной склонности к импорту как отношение дополнительного прироста импорта к приросту национального дохода.

Интегральным показателем устойчивой экономической эффективности развития региона является соотношение объема валового регионального продукта к затратам. Для определения устойчивого развития Республики Крым в научной литературе оперируют различными показателями, с помощью которых можно определить качественные характеристики и тенденции развития региона. Так, Файрушин А. Ф. определяет высокие количественные макроэкономические показатели: валовой внутренний продукт, валовой национальный доход [13, с. 117].

Например, по материалам статистических данных, в Республике Крым за 2016 год было вывезено продовольственных товаров и продукции сельского хозяйства на сумму 8294,9 тысяч долларов США, что составило 20,6 % к общему экспорту; а ввезено на сумму 18604,2 тыс. долларов США, что составило 38,1 % к общему импорту [6].

Финансовый менеджер должен адекватно и быстро реагировать на изменения внешней среды, чтобы нивелировать риски, связанные как с финансовой, так и с экономической деятельностью компании, представленной на различных рынках как внутри государства, так и в зарубежных отделениях [1, 12].

Естественной реакцией руководства компании при увеличении международных операций становится введение должности менеджера по валютным курсам, функции которого предлагаются автором.

Лучше всего функции финансового менеджера поделить на внутренние и внешние. К внутренним можно отнести такие функции, как:

1. Обязательный анализ международных денежных потоков. Эта важная обобщенная функция необходима для принятия инвестиционных, финансовых и операционных решений, а также для дифференциации дивидендной политики компании.

2. Правильный анализ ценовых, валютных и страновых рисков.

3. Быстрая и достоверная информация о потоках иностранных валют.

4. Анализ полученных данных финансовой отчетности не только по национальным, но и по международным стандартам, поиск оптимальных решений по выходу из кризисных ситуаций, невозможности ухода компании в теневой бизнес.

К внешним функциям финансового менеджера можно отнести следующие:

1. Сбор всей необходимой информации (как финансовой, так и экономической) о состоянии рынков нашего государства и международных рынков.

2. Постоянное обучение и контроль за законодательной базой, связанной с осуществлением международной экономической деятельности.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ КАК ОБЪЕКТ...

3. Корпоративная культура и поддержание контактов с различными структурами, а именно: банками, фондами, рейтинговыми и консалтинговыми компаниями.

Отдельно можно выделить еще одну функцию, которую М. Л. Ньюшенкова сформулировала как «Самомаркетинг – представление будущего специалиста о самом себе, своих возможностях, реализации себя в управленческой деятельности» [10, с. 142–143].

Это основные функции финансового менеджера международной компании, а целью его деятельности является выстраивание финансовой модели, которая помогала бы росту ее стоимости, удовлетворению спроса потребителей, достижению консенсуса с органами государственной власти.

В любом случае выход компаний на международные товарные рынки и международные рынки капитала, а также прямые зарубежные инвестиции имеют законодательную и нормативную регламентацию как со стороны национальных законодательных и исполнительных органов, так и международных организаций, таких как ГАТТ, ВТО, МВФ, МБР, ФАФТ.

Выход компании за рамки национального хозяйства основан на гипотезе, согласно которой зарубежная коммерческая, производственная, инвестиционная и финансовые деятельности компании несут фирме большую прибыль, чем при функционировании ее на национальном рынке. Эта мотивация лежит в основе зарождения международного финансового управления. Эволюцию финансового управления компании, которая осуществляет международную деятельность, можно охарактеризовать в таблице 1.

Таблица 1

Этапы становления системы международного финансового менеджмента

	Характеристика этапа	Характеристика менеджмента
1 этап	При экспортно-импортной деятельности компании главным объектом международного финансового управления выступают денежные потоки по внешнеторговой деятельности.	Международный финансовый менеджмент носит функциональный и подчиненный по отношению к общему менеджменту характер
2 этап	При интернационализации бизнеса компания осуществляет не только внешнеторговую деятельность, но и также прямые иностранные инвестиции. Главным объектом международного финансового управления выступают зарубежные инвестиции и денежные потоки совместных предприятий.	Международный финансовый менеджмент занимает главное место. Финансовое управление компанией выстраивается с учетом важности и значимости международных операций
3 этап	При глобализации бизнеса компания создает сеть зарубежных филиалов и дочерних компаний, а часть активов размещается за пределами юрисдикции материнской компании. Главным объектом финансового управления становятся денежные потоки, которые оказывают влияние на развитие транснациональных компаний.	Международный финансовый менеджмент становится всеохватывающим, системным, а общее финансовое управление транснациональных компаний выступает как международный финансовый менеджмент.

Составлено автором на основании систематизации источников.

Современная экономическая деятельность компаний почти во всех отраслях приобрела международный характер. Некоторые компании выходят на международные рынки для закупок сырья, оборудования или готовой продукции. Многие компании становятся активными участниками международных рынков капитала, прибегая к эмиссиям акций и облигаций через механизмы IPO.

Принято считать, что к ТНК относят компании, у которых более 20 % активов вынесены за национальные границы. В мире насчитывается 103786 ТНК и 892114 их иностранных филиалов и дочерних компаний, добавленная стоимость производства ТНК составила 16 трлн долларов США, или $\frac{1}{4}$ совокупного мирового ВВП.

По определению ЮНКТАД, транснациональная корпорация – это предприятие, которое объединяет юридические лица любых организационно-правовых форм и видов деятельности в двух и больше странах, производит координирующую политику и воплощает в жизнь общую стратегию через один или больше центров принятия решений.

Степень вовлеченности в международное разделение труда показывает так называемый индекс транснациональности бизнеса. Так, например, индекс транснациональности у «Норильского никеля» составил 32,3 %, «Русала» – 62,9 %, «Мечела» – 25,6 %, «Северстали» – 25,0 %.

Следуя неизбежным тенденциям глобализации, представители российского бизнеса осознали, что для выживания на рынке в условиях жесткой конкуренции необходимо расширять масштабы своей деятельности. В конкурсах на покупку различных компаний российский бизнес пока еще уступает иностранным компаниям в финансовых возможностях. Исключением можно считать Altimo (входит в консорциум «Альфа-групп»), которая совершила удачное приобретение в Турции, инвестировав 3,3 млрд долларов США в крупнейшего оператора мобильной связи Турции Turkcell. Эта сделка стала крупнейшей в истории российских инвестиций за рубеж. Можно привести еще один пример. Так, российские алюминиевые гиганты «Русал» и «СУАЛ», объединившись с участием швейцарского трейдера Glencore, создали крупнейшую алюминиевую компанию в мире.

В основном выход на международные рынки российских компаний осуществляется с целью увеличения масштаба деятельности либо со стратегией, сочетающей выход на новые рынки с вертикальной интеграцией в сторону клиентов.

Отраслевое распределение зарубежного присутствия топ-25 российских компаний можно структурировать следующим образом:

- 53 % – нефть/газ;
- 26 % – металлургия/горная добыча;
- 11 % – транспорт;
- 8 % – связь;
- 1 % – машиностроение;
- 1 % – агрохимия;
- 1 % – электроэнергетика.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ КАК ОБЪЕКТ...

Как видно из данных, основные зарубежные активы российских компаний сосредоточены в сырьевых и добывающих секторах экономики.

Что же касается географического распределения российских трансграничных инвестиций, то более половины зарубежных активов крупнейших по масштабам бизнеса российских компаний расположены в Европе – 45 %

Учитывая все вышесказанное, предложим план разработки стратегии выхода компании на зарубежные рынки через интернет-среду. Для этого необходимо определить цели выхода компании на зарубежные рынки через Интернет, провести ситуационный анализ, разработать инновационную концепцию сайта, спроектировать, разместить и протестировать веб-сайт, адаптировать стратегию корпоративного веб-сайта к особенностям зарубежных интернет-рынков, реализовать программу продвижения интернет-ресурса компании, провести оценку стратегии выхода на зарубежные рынки через интернет-среду.

ВЫВОДЫ

Делая выводы, можем отметить, что основу экономического глобализма составляет финансово-инвестиционное взаимодействие субъектов мирового хозяйства. Возникновение финансовой глобализации связано с резким ростом международных валютно-кредитных и финансовых связей в последние десятилетия, что связано с расширением инвестиционно-кредитной деятельности международных корпоративных структур и банков, либерализацией инвестиционных, валютных и кредитных рынков, расширением доступа различных государств к глобальным финансовым ресурсам и диверсификацией механизмов концентрации инвестиционных ресурсов.

Формирование мощных транснациональных компаний и международных финансово-промышленных групп говорит о наращивании экономической мощи данных стран и усилении их геополитических позиций на международной арене, основной тенденцией которых является географическая и отраслевая диверсификация.

Список литературы

1. «Основные направления развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка Российской Федерации на период 2016–2018 годов» 26 мая 2016 год (утв. Банком России) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71323550/>.
2. Асман М. А. Роль и значение международного научно-технического сотрудничества в условиях глобализации / Интеграция Республики Крым в систему экономических связей Российской Федерации: теория и практика управления: материалы XII межрегиональной научно-практической конференции с международным участием. Симферополь: ДИАЙПИ, 2016. С. 225.
3. Бочкова В. В. Теоретико-методическое обоснование концепций и моделей контроллинга // Вестник НГИЭИ. 2015. № 3 (46). С. 19–24.
4. Волков А. Ю., Зборовская Е. Б. Управление финансами и инновациями на предприятии // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Том 5. № 3 (16). С. 74–78.
5. Емельянов С. Международная конкурентоспособность производителей: факторы, определяющие положение на рынках и конкурентные преимущества // Маркетинг в России и за рубежом. 2012. № 1. С. 107–116.

6. Импорт и экспорт Республики Крым на 1 октября 2016 года: сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым [Электронный ресурс]. URL: http://crimea.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/crimea/ru/publications/news_issues.
7. Коваленко О. Г. Управление финансовой устойчивостью предприятия // Карельский научный журнал. 2013. № 4. С. 13–16.
8. Портер М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993. 896 с.
9. Медведев А. Г. Международный менеджмент: стратегические решения в многонациональных компаниях: учебник. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2014. 496 с.
10. Нюшенкова М. Л. Самомаркетинг менеджера как условия личного и общественного успеха // Наука, образование и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции (25 июня 2016 г., г. Томск). В 4 ч. Ч. 2. Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2016. С. 142–143.
11. Родникова О. С., Федорцова Р. П. Международный опыт комплексной оценки финансовой устойчивости организации // Наука, образование и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции (25 июня 2016 г., г. Томск). В 4 ч. Ч. 2. Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2016. С. 164–166.
12. Сайт Федеральной службы по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) [Электронный ресурс]. URL: <http://fedsfm.ru>.
13. Файрушин А. Ф. Анализ проблем устойчивого развития российских регионов // Научно-теоретический журнал «Современные проблемы социально-гуманитарных наук». 2016. № 3 (5). С. 117.

Статья поступила в редакцию 10.10.2016