



УНИВЕРСИТЕТ
ЛОБАЧЕВСКОГО

Стратегии прямых инвестиций при осуществлении деятельности на внешнем рынке

Классификация проектов прямых зарубежных инвестиций

- *приобретение контрольного пакета акций существующего зарубежного предприятия*
- *приобретение доли в действующем предприятии*
- *создание новой дочерней компании (проект greenfield)*
- *учреждение совместного предприятия*

Инвестиционные стратегии ведения зарубежных операций

Преимущества приобретения действующего предприятия за рубежом

1. Быстрый выход на рынок
2. Существующая команда менеджеров
3. Наличие готовых партнеров (поставщиков и покупателей)
4. Сохранение прежнего объема мощностей и отрасли
5. Завершение сделки и управление в переходном периоде
6. Отсутствие проблем с набором персонала
7. Доступ к местным источникам финансирования
8. Связи с местными властями и деловым сообществом

Недостатки приобретения действующего предприятия за рубежом

1. Отсутствие в стране подходящей компании или ее неподходящий размер
2. Устаревшие мощности, необходимость реконструкции
3. Низкий технический уровень
4. Слабые бренды
5. Низкая квалификация менеджеров
6. Сопrotивление местного персонала
7. Финансовое положение компании

Инвестиционные стратегии ведения зарубежных операций

Преимущества организации нового предприятия за рубежом

1. Возможность выбора привлекательного региона в стране проникновения
2. Возможность обеспечения современного технического уровня производства
3. Техническая совместимость с другими предприятиями корпорации
4. Свобода в выборе бизнес – модели
5. Возможность отбора персонала в соответствии с корпоративными стандартами
6. Отсутствие финансовых проблем у нового дочернего предприятия
7. Отсутствие необходимости в переговорах с владельцами компании – «мишени»

Недостатки организации нового предприятия за рубежом

1. Проблемы подбора площадки для размещения предприятия
2. Строительство требует времени
3. Возможная дороговизна нового строительства
4. Проблема подбора и обучения персонала
5. Необходимость получения лицензий в ряде отраслей
6. Проблемы пускового периода
7. Антимонопольное и природоохранное регулирование
8. Отсутствие управленческой команды
9. Отсутствие готовых местных брендов и каналов распределения