

Софія ЛАВРИЦУК,
здобувачка вищої освіти,
Державний торговельно-економічний
університет, Україна

Науковий керівник
Наталія КУШНАРЕНКО,
канд. екон. наук, доцент
кафедри світової економіки,
Державний торговельно-економічний
університет, Україна

РЕЛОКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ В ЗАРУБІЖНИХ КОРПОРАЦІЯХ

У сучасному світі, де панує геополітична нестабільність та глобальна конкуренція, все більше і більше зарубіжних корпорацій стикаються зі зростаючим тиском, щоб залишатися фінансово стійкими при змінах споживчого попиту, порушеннях у логістичних ланцюгах поставок та посиленням податкового і регуляторного навантаження. Тому наразі, однією з найефективніших стратегій, що використовується компаніями для поліпшення свого становища є релокація виробництва до сприятливіших регіонів [1].

Основною рушійною силою релокації виробництва є зниження витрат. Корпорації часто переносять виробництво до країн зі значно нижчими затратами, особливо на робочу силу. Наприклад, із Західної Європи до Східної Європи або зі Сполучених Штатів до Мексики чи Південно-Східної Азії. Як приклад Nestlé перенесла частину своїх операцій із Західної Європи до Східної Європи, що допомогло підвищити ефективність та зменшити витрати на логістику.

Ще одним важливим мотивом є податкова оптимізація. Наприклад, в Угорщині ставка податку на прибуток 9%, що є досить сприятливим фактором для ведення бізнесу. Аналогічну ситуацію можна побачити і в ОАЕ, Болгарії та інших країнах [2].

Управління у логістичних ланцюгах поставок також стало болючою проблемою для корпорацій, особливо після COVID-19 та у період геополітичних напруженостей. Відповідно до цього компанії розглядають перенесення свого виробництва ближче до кінцевих ринків збуту – ніаршоринг.

Не виключено, що переміщення виробництва може розглядатися і для отримання доступу до нових ринків, які активно залучають прямі іноземні інвестиції та мають спрощене регулювання. Це може значно підвищити лояльність бренду та збільшити клієнтську базу.

Зарубіжні корпорації можуть використовувати різні шляхи для релокації свого виробництва. Це може бути будівництво з нуля нових потужностей як це зробила Tesla в Шанхаї, побудувавши першу за межами США гігафабрику із виробництва накопичувачів енергії [3]. Також компанії можуть придбати наявні підприємства та модернізувати під себе або використати концепцію злиття та поглинання для швидшого виходу на ринок. Як приклад, у 2005 році Lenovo придбала комп'ютерний бізнес IBM та перенесла основні потужності до Китаю, що дало змогу знизити собівартість, отримати доступ до глобальних ринків та скоротити витрати [4]. Іншим способом є аутсорсинг, тобто делегування справ третім особам, що дозволить зменшити капітальні витрати.

Наразі все більш популярності набуває стратегія «Китай плюс один», яка заохочує компанії диверсифікувати свою виробничу присутність за межами Китаю, через зростання витрат на робочу силу, геополітичну напруженість та торговельну війну із США, а також ризики через COVID-19. Як приклад, ще у 2019 році Samsung закрила останній завод смартфонів у Китаї та перенесла виробництво до В'єтнаму та Індії, що дало змогу знизити витрати на 25–30% та уникнути китайської конкуренції на місцевому ринку [5]. Також компанія Apple до 2026 року планує збільшення виробництва смартфонів в Індії через значно нижче мито у порівнянні з Китаєм.

Фінансовий вплив релокації включає як негайні, так і довгострокові вигоди. Переміщення передбачає капітальні витрати на нові об'єкти, які залежно від масштабу можуть коливатися від 100 мільйонів до понад 1 мільярда доларів. Однак компанії зазвичай досягають точки беззбитковості протягом трьох-п'яти років, що підтримується економією на робочій силі та податках. Також компаніям варто враховувати політичні та культурні відмінності ведення бізнесу у різних країнах.

У результаті, релокація є стратегічним фінансовим інструментом для іноземних корпораціях. Це дозволяє знижувати витрати, мати кращі податкові вигоди, оптимізувати ланцюги поставок та вийти на глобальні ринки. Хоч це і передбачає значних початкових інвестицій, у поєднанні з продуманим планом це матиме довгострокові фінансові переваги.

Список використаних джерел

1. Запухляк І., Красняк О., Релокація: суть, типи та проблеми. *Економічні науки*. 2022. Т. 312 № 6(2). URL: <https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/838> (дата звернення: 19.05.2025).
2. Найвищі та найнижчі ставки корпоративного податку в світі 2023-2024. *Azola*. URL: <https://azolalegal.com/blog/najvyshhi-ta-najnyzh-chi-stavky-korporatyvnogo-podatku-v-sviti-2024/> (дата звернення: 19.05.2025).
3. Економічна правда. Tesla побудує в Шанхаї завод з виробництва акумуляторів Megapack. *Економічна правда*. URL: <https://epravda.com.ua/news/2023/04/9/698937/> (дата звернення: 19.05.2025).
4. Економічна правда. Lenovo купує IBM за 2,3 мільярда. *Економічна правда*. URL: <https://epravda.com.ua/news/2014/01/23/416124/> (дата звернення: 19.05.2025).
5. Samsung vacillates between Vietnam and India for new facility. *Vietnam Investment Review – VIR*. URL: <https://vir.com.vn/samsung-vacillates-between-vietnam-and-india-for-new-facility-64858.html> (дата звернення: 19.05.2025).

Владислав ЛАДАН,
здобувач вищої освіти,
Державний торговельно-економічний
університет, Україна

Наталія БУНТОВА,
канд. екон. наук, доц.,
Державний торговельно-економічний
університет, Україна
(<https://orcid.org/0000-0001-9975-0327>)

ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ІНІЦІАТИВИ ЩОДО РОЗВИТКУ КРАФТОВОГО ПИВОВАРІННЯ В УКРАЇНІ

У світі крафтове підприємництво є досить розповсюдженим і розвиненим сектором мікропідприємництва. Все більшої популярності крафтовий бізнес набуває і в нашій країні. Але, ж в українських реаліях ще досить багато проблемних питань щодо ведення ефективної підприємницької діяльності виробників крафтової продукції. Тому, дослідження