



ФИНАНСЫ ГОСУДАРСТВА И ПРЕДПРИЯТИЙ

УДК 336.719

СТРАТЕГИИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ РОССИЙСКИХ БАНКОВ И СПОСОБЫ ИХ ВЫХОДА НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ

INTERNATIONALIZATION STRATEGIES OF RUSSIAN BANKS AND THEIR ENTRY MODES INTO FOREIGN MARKETS

В.Ю. Никитина ¹, И.О. Волкова ²
V.Yu. Nikitina ¹, I.O. Volkova ²

¹⁾ Deloitte, Россия, г. Москва, ул. Перовская, 15

²⁾ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Россия, 119261, г. Москва, Ленинский проспект, 78

¹⁾ Deloitte, 15, Perovskaya St., Moscow, Russia

²⁾ Higher School of Economics National Research University,
78, Leninsky prospect, Moscow, 119261, Russia

E-mail: vera-nikitina@list.ru, iovolkova@hse.ru

Аннотация. В статье рассматриваются основные стратегии банковской интернационализации и специфика процесса интернационализации российских банков. Анализируются факторы, влияющие на решение банков о выходе на зарубежные рынки тех или иных стран. Выявлено, что на принятие российскими банками решения о выходе за рубеж в большей степени влияют факторы, относящиеся к стратегиям использования конкурентных преимуществ и поиска привлекательных рынков. Также в работе рассматриваются основные способы выхода на рынки иностранных государств и анализируются факторы, влияющие на выбор формы выхода российских банков за рубеж. В ходе анализа были получены результаты о том, что на выбор российскими банками организационной формы выхода за рубеж влияют факторы головного банка, факторы подразделения и факторы зарубежного рынка.

Resume. The article's thesis deals with the main strategies of banking internationalization and specifics of Russian banks in the internationalization process. The research analyzes the factors influencing the decision of Russian banks to enter foreign markets of certain countries. It was found that the Russian banks decision to enter foreign markets is increasingly influenced by factors related to the strategies of using competitive advantages and search for attractive markets. Also the thesis deals with the main entry modes into the markets of foreign countries and analyzes the factors influencing the choice of entry modes by Russian banks. During analysis the results were obtained that the choice of organizational forms by Russian banks is influenced by the factors of the parent bank, the factors of the affiliate bank and the factors of the foreign market.

Ключевые слова: интернационализация, OLI-парадигма, банковский сектор, способы выхода на рынок, филиал, представительство, дочерний банк

Keywords: internationalization, OLI-paradigm, banking sector, entry modes, branch, representative office, subsidiary.

Введение

В последние несколько десятилетий наблюдается активный рост мирового банковского сектора, сопровождающийся увеличением объемов прямых иностранных инвестиций в данный сектор. Эта тенденция особенно характерна для рынков развивающихся стран и стран с переходной экономикой. По данным Всемирного банка, за последние 20 лет доля иностранных банков в общем количестве банков в мире выросла с 23% до 47%.



Банки в процессе интернационализации решают для себя несколько основных важных вопросов. Так, в определенный период своего развития банк выбирает для себя стратегию концентрированного роста и планирует выходить на новые рынки, когда существующие рынки уже насыщены. В силу определенных мотивов банк между зарубежным рынком и новыми регионами отечественного рынка выбирает для себя зарубежный рынок для дальнейшего развития. После принятия решения об интернационализации банк на уровне бизнес-стратегии решает для себя, на рынок какой страны выходить в зависимости от выбранной стратегии. Еще одним немаловажным вопросом является выбор банком способа выхода на зарубежный рынок.

Решения, принятые банками по поводу выбранной стратегии, страны для интернационализации и способа выхода за рубеж, определяют эффективность его дальнейшего функционирования на данном рынке, и, соответственно, влияют на ключевые показатели деятельности банка в целом.

Россия в условиях роста мирового банковского сектора не является исключением. В последнее время наблюдалось активное увеличение подразделений российских банков на зарубежных рынках и сейчас этот тренд сохраняется.

Целью данной работы является определение стратегий интернационализации российских банков и выявление факторов, влияющих на принятие российскими банками решения о выходе на рынки тех или иных стран, а также факторов, влияющих на выбор способа выхода российских банков за рубеж.

Мотивы банковской интернационализации

Исследователи процесса интернационализации фирм рассматривали различные подходы к пониманию мотивов, побуждающих компании выходить на зарубежные рынки. К настоящему времени сложилось несколько теорий интернационализации, описывающих те или иные аспекты процесса выхода фирм за рубеж.

Дж. Даннинг в своей эклектической теории [12] рассматривал собственные преимущества компании, локальные преимущества рынка и преимущества интернализации как мотивы интернационализации компаний. В основу данной концепции вошли множество различных теорий: теория транзакционных издержек, теория интернализации, теория международной торговли, теория факторов производства.

Отдельно теория интернализации, базирующаяся на теории транзакционных издержек Р. Коуза [11], рассматривалась в работах П. Бакли, М. Кэссона и А. Рагмена [5; 30; 4].

Многие исследователи рассматривали отдельно такие причины выхода компаний в зарубежные страны как поиск привлекательного рынка [28; 13; 14]. Компании находят для себя страны с более привлекательными рыночными и институциональными условиями, а также страны с небольшой психологической дистанцией, что описано в работах Йохансена и Вальне [26], а также П. Гемавата [17].

Некоторыми авторами рассматривать мотивы интернационализации компаний с точки зрения ресурсного подхода, в рамках которых выделяются как ресурсы и способности компании, которыми она обладает, так и те ресурсы (материальные и нематериальные), которые компания планирует получить на зарубежном рынке [21; 2]. В рамках ресурсного подхода авторами отдельно выделяются мотивы, связанные с поиском и использованием на зарубежном рынке стратегических активов.

Основным подходом из вышеописанных считается OLI-парадигма Дж. Даннинга, так как автор теории, а также все исследователи, дополняющие данную концепцию, предприняли попытку синтезировать основные мотивы выхода компаний на зарубежные рынки. К тому же, данная теория является динамичной, исследователи эклектической парадигмы постоянно рассматривают новые направления развития теории, среди которых в настоящее время выделяются глобализация, нематериальные специфические активы, а также влияние альянсов и взаимоотношений между стейкхолдерами.

Банковский сектор, в отличие от компаний, занимающихся производством различных товаров, имеет ряд специфических особенностей, которые отражаются на мотивах интернационализации банков и тех стратегиях, которые выбирают банки для выхода на новые рынки.

Основное отличие банковских структур от производственных компаний в том, что банк предоставляет своим клиентам именно услуги, которые носят финансовый характер.

Банковским услугам присущи такие основные черты, как комплексность, неосвязаемость и информационная емкость, доверительный характер услуг. Банковские услуги нельзя сохранять, в большей степени они неотделимы от банка, они могут характеризоваться непостоянным уровнем качества, им присущ высокий уровень риска, так как они тесно связаны с экономической ситуацией в стране и ситуацией на валютном рынке.



Банки могут предоставлять услуги нескольким категориям клиентов в зависимости от направленности их деятельности (ритейл-банкинг или предоставление услуг для юридических лиц), они имеют широкий перечень услуг, которые могут предоставлять данным клиентам, и, в связи с этим, на каких категориях потребителей сконцентрируется банк на новом рынке и какой перечень услуг он собирается предоставлять им, будет зависеть его стратегия поведения и развития на рынке данной страны.

Авторы, исследующие выход банков на зарубежные рынки, выделяют следующие основные стратегии банковской интернационализации: стратегия применения конкурентных преимуществ [9; 23], стратегия следования за своими клиентами на рынки зарубежных стран [27; 22; 29], стратегия поиска привлекательных рынков [19; 8; 10; 25], диверсификация рисков [16], институциональная стратегия банковской интернационализации [15], поиск зарубежных стран с низким уровнем культурной дистанции [7], стратегия ведения клиентов за рубежом [25] и стратегия следования за лидером [3].

Данные стратегии опираются на стратегии интернационализации компаний, приведенные ранее, однако они имеют свои отличительные черты в силу специфики банковской отрасли. Например, стратегия следования за клиентом является уникальной в своем роде для банковского сектора, так как банк является посредником между экономическими агентами, и он выходит на зарубежные рынки для того, чтобы продолжить обслуживать своих клиентов на зарубежных рынках.

В последние десятилетия наблюдается активная экспансия иностранных банков на рынках развивающихся стран, что объясняется новыми возможностями, которые предоставляют данные рынки, например, высокие темпы роста экономики, низкий уровень конкуренции на данных рынках, обширная потенциальная клиентская база и низкие издержки на трудовые ресурсы и материалы.

Таким образом, рынки развивающихся стран в настоящее время являются более привлекательными для банков, решивших выходить на зарубежные рынки, причем, в большей степени это относится к банкам из развивающихся стран, которые обладают меньшими возможностями эффективно конкурировать на рынке с крупными отечественными банками в развитых странах.

Факторы, влияющие на решение банков о выходе на зарубежные рынки

После принятия банком решения выходить на новые рынки зарубежных стран основным вопросом для него является выбор страны для интернационализации. Здесь каждый банк руководствуется своими мотивами, которые побуждают его выбирать ту или иную страну. Однако исследователями данной тематики, которые анализировали рынки различных стран, были выявлены некоторые общие причины и факторы, влияющие на выбор конкретной страны.

Для дальнейшего анализа были отобраны три основные стратегии интернационализации банков (стратегия применения конкурентных преимуществ, стратегия следования за своими клиентами на рынки зарубежных стран и стратегия поиска привлекательных рынков), в связи с чем были рассмотрены группы факторы, которые выделяются для трех данных стратегий, и определена степень их влияния на принятие российскими банками решения о выходе за рубеж.

Исследователи выделяют два основных фактора, относящиеся к стратегии следования за клиентом, которые влияют на решение банка о выборе той или иной страны для интернационализации: объемы внешнеторгового оборота между отечественной страной и страной выхода банка и объемы прямых иностранных инвестиций из отечественной страны в страну потенциального присутствия банковского подразделения [24; 27].

В рамках второй банковской стратегии интернационализации – поиска привлекательного рынка для выхода за рубеж – рассматриваемые исследователями факторы можно объединить в следующие три группы: факторы экономической привлекательности, культурная близость и факторы институциональной привлекательности.

Среди факторов экономической привлекательности выделяют такие факторы как относительный размер рынка, относительную скорость роста, капитализацию фондового рынка, уровень прибыльности на рынке и т.д. [16]. Focarelli и Pozzolo [15] доказали, что иностранные банки стремятся в те страны, где меньше количество отечественных банков, так как на таких рынках легче увеличить свою долю на рынке.

Что касается культурной близости между странами, то во многих исследованиях приводились результаты того, что чем ниже уровень культурной дистанции между странами, тем охотней банки будут выходить на зарубежные рынки этих стран.

В качестве факторов институциональной привлекательности исследователями рассматриваются такие факторы как правовое регулирование в стране потенциального присутствия, уровень коррупции в стране, уровень обеспечения прав собственности, степень легкости ведения бизнеса, верховенство закона, уровень налоговых ставок и льгот [10; 9; 22].



К последней банковской стратегии применения конкурентных преимуществ относятся следующие основные группы факторов: накопленный опыт банка в процессе интернационализации, объем ресурсов банка и показатели эффективности деятельности банка. Данные факторы относятся конкретно к каждому банку и не связаны напрямую со страной. Связь прослеживается в том, каким образом банки, имея определенные конкурентные преимущества, смогут применять данные преимущества на рынке той или иной страны.

В группе факторов, относящихся к группе показателей эффективности деятельности, выделяются такие показатели как рентабельность активов банка, чистая процентная маржа, а также другие показатели производительности и эффективности банка [31; 18].

Для дальнейшего анализа влияния факторов на принятие решения о выходе российских банков за рубеж за основу была взята модель из работы Meng-Fen Hsieh, Chung-Hua Shen и Jen-Sin Lee [23].

Анализ факторов проводился с помощью следующей регрессионной модели:

$$\text{Выход за рубеж} = b_0 * \text{constant} + b_1 * \text{культурная дистанция} + b_2 * (\text{поиск привлекательного рынка}) + b_3 * (\text{следование за клиентом}) + b_4 * (\text{конкурентные преимущества банка}) + \varepsilon.$$

Ниже в таблице 1 представлен перечень факторов, которые были включены в модель с учетом предыдущих исследований для регрессионного анализа данных.

Таблица 1
Table 1

Факторы, влияющие на принятие решения о выходе банков за рубеж
Factors influencing the decision on the banking internationalization

Стратегии банка	Факторы для анализа
Общие данные	Страна присутствия
	Материнский банк
	Год выхода
Следование за клиентом	Внешнеторговый оборот с Россией
	ПИИ из России за рубеж
Поиск привлекательного рынка	Рост ВВП (%)
	ВВП на душу населения
	Кредиты частному сектору в % к ВВП
	Денежный агрегат М2 в % к ВВП
	Капитализация фондового рынка в % к ВВП
	Культурная дистанция
	Индекс легкости ведения бизнеса
	Индекс уровня контроля коррупции
Индекс верховенства закона	
Конкурентные преимущества	Опыт банка
	Активы банка
	Чистая процентная маржа (%)
	ROA

Особенности процесса интернационализации российских банков

Процесс интернационализации российских банков условно можно разделить на два этапа – 90-е годы XX века и второй этап, начинающийся с 2000 года.

Российские банки в процессе интернационализации используют в качестве организационной формы выхода на зарубежные рынки три основных вида: филиал, представительство и дочерняя организация.

В период восстановления экономического роста экономики после кризиса 1998 года в начале 2000-х годов (начало второго этапа интернационализации российских банков) наблюдалось увеличение российскими банками объемов прямых иностранных инвестиций в зарубежные страны. В



2015 году объем прямых иностранных инвестиций российских банков за рубеж превышал 13 млрд. долл., что примерно в 20 раз больше, чем сумма инвестиций в начале 2000-х годов.

Лидерами по количеству зарубежных подразделений в настоящее время являются Сбербанк России и ВТБ (имеющие по 18 подразделений в различных странах), далее за ними идут такие банки как Газпромбанк, Россельхозбанк, Промсвязьбанк и Альфабанк (имеющие от 4 до 8 зарубежных подразделений в настоящий момент).

Для проведения регрессионного анализа на основе приведенной модели была определена выборочная совокупность из 27 российских банков, которые имеют 81 подразделение в 32 странах мира.

Влияние факторов на принятие решения российскими банками о выходе на зарубежные рынки

Перед началом проведения регрессионного анализа на основе приведенной выше модели были выдвинуты основные гипотезы, которые предстояло доказать с помощью данного анализа.

Основной вопрос, который ставился перед началом регрессионного анализа – какие факторы влияют на принятие решения российскими банками о выходе на зарубежные рынки тех или иных стран.

Гипотеза 1: Чем больше значения внешнеторгового оборота между странами, тем больше банков будут выходить на рынки данных стран.

Гипотеза 2: Чем больше объемы прямых иностранных инвестиций в страну, тем больше банков будут выходить на рынки данных стран.

Гипотеза 3: Чем больше ВВП страны на душу населения, тем меньше российских банков будут выходить на рынки данных стран.

Гипотеза 4: Чем больше в стране значения факторов, отражающих привлекательность рынка, таких как темпы роста рынка, доля кредитов частному сектору в объеме ВВП страны, доля денежного агрегата М2 в объеме ВВП, а также капитализация рынка в процентах к ВВП страны, тем больше банков будут выходить на зарубежные рынки данных стран.

Гипотеза 5: Чем меньше культурная дистанция между странами, тем больше банков выбирают данные страны для выхода на новые рынки.

Гипотеза 6: Чем больше разница между институциональными показателями в отечественной стране и в зарубежной стране, тем меньше банков будут выходить на рынок данной страны.

Гипотеза 7: Чем больше накопленного опыта у банка, а также значения его активов, уровень чистой процентной маржи и уровень рентабельности активов, отражающих преимущества банка, тем больше данный банк имеет подразделений в зарубежных странах.

Влияние данных факторов на интернационализацию российских банков тестировалась на основе двух линейных регрессий.

Первая модель будет включать в себя факторы стратегии следования за клиентами на зарубежные рынки и факторы стратегии поиска привлекательных рынков в силу того, что данные стратегии относятся к факторам выбора той или иной страны для интернационализации. Зависимой переменной в данной модели выступает количество подразделений российских банков в той или иной зарубежной стране.

Вторая модель будет включать в себя факторы стратегии использования конкурентных преимуществ. Так как данные факторы относятся в большей степени к банку, то зависимой переменной здесь выступает количество зарубежных подразделений у того или иного банка.

Данную выборку можно считать фактически генеральной совокупностью, так как была осуществлена попытка рассмотреть все российские банки, имеющие подразделения за рубежом.

При построении первой регрессионной модели были получены следующие результаты. Значение R-квадрат равно 0,635. Так как исследуемая выборка является практически генеральной совокупностью, то значение данного показателя не представляет собой сильной важности в рамках нашего исследования. Однако, даже в противном случае (если бы наша выборка не представляла собой генеральную совокупность), данный показатель R-квадрат показывает весьма сильную значимость модели. Основные результаты степени влияния исследуемых факторов (значение коэффициента Бета) представлены в таблице 2.

Значимость фактора кредитования частного сектора в процентах к ВВП страны (0,98) и фактора контроля коррупции (0,906) является несущественной. В данном случае можно сказать, что перечисленные факторы не влияют на решение российских банков о выходе за рубеж. Скорее всего, показатель кредитования частного сектора будет иметь значение для конкретного банка при принятии им решения о выходе на зарубежные рынки, но не для всей российской банковской системы. Что касается показателя контроля коррупции, то, видимо, для банковского сектора данный фактор не играет важной роли в отличие от производственных компаний.

Таблица 2
Table 2Влияние исследуемых факторов в первой модели
The influence of examined factors in the first model

1	2	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	Т	Знач.
		В	Стандартная ошибка	Бета		
1	2	3	4	5	6	7
1	(Константа)	2,677	3,511		,763	,450
	Внешнеторговый оборот с Россией, млн. долл.	1,820E-05	,000	,207	1,319	,195
	ПИИ из России за рубеж, млн. долл.	,002	,033	,172	1,596	,118
	Процентный рост ВВП	,221	,101	,363	2,178	,035
	ВВП на душу населения \$US по ППС	-3,955E-05	,000	-,244	-1,148	,257
	Кредитование частного сектора в% к ВВП	,001	,053	,004	,026	,980
	Капитализация фондового рынка в % к ВВП	,016	,008	,273	1,938	,060
	Культурная дистанция (модуль)	74,442	41,473	,244	1,795	,080
	Индекс легкости ведения бизнеса, разница с Россией	,060	,019	,879	3,185	,003
	Индекс контроля коррупции, разница с Россией	-,008	,064	-,245	-,118	,906
	Индекс верховенства закона, разница с Россией	-,049	,051	-,453	-,961	,342

а. Зависимая переменная: Количество подразделений российских банков в стране

Объемы внешнеторгового оборота с Россией положительно коррелируют с присутствием российских банков в данных странах. Банки предпочитают выходить на рынки тех зарубежных стран, с которыми внешнеторговый оборот с Россией больше. Таким образом, гипотеза 1 полностью подтвердилась.

Вторая гипотеза о влиянии объемов исходящих прямых иностранных инвестиций в зарубежные страны на присутствие российских банков в данных странах также подтвердилась. Как и предполагалось, российские банки идут в те страны, куда направляются прямые иностранные инвестиции из России. Таким образом, подтверждается использование российскими банками стратегии следования за своими клиентами в зарубежные страны.

Было выявлено, что ВВП страны на душу населения отрицательно влияет на присутствие российских банков в данных странах. Это подтверждает гипотезу о том, что российские банки стремятся выходить на рынки развивающихся стран для ведения эффективной конкурентной борьбы с отечественными банками данных стран.

Что касается экономических характеристик зарубежного рынка, то процентный рост ВВП и капитализация рынка в процентах к ВВП положительно коррелируют с решением российских банков о выходе за рубеж. Данные факторы отражают привлекательность зарубежного рынка для российских банков в плане возможностей роста и доказывают использование банками стратегии поиска привлекательных рынков.

Однако влияние фактора культурной дистанции, входящего в группу факторов, отражающих привлекательность зарубежного рынка, не подтвердилось эмпирически. Результаты модели показали положительное влияние степени культурной дистанции на присутствие российских банков в зарубежных странах. Данный результат можно объяснить тем, что те факторы, которые входят в перечень показателей культурной дистанции, разработанных Г.



Хофстеде и тестирующихся в модели, не влияют отрицательно на интернационализацию. Скорее всего, другие факторы, отражающие дистанцию между странами (такие как расстояние между ними или различие языков), показали бы отрицательное влияние на присутствие российских банков в данных странах.

Результаты влияния факторов институциональной привлекательности оказались двоякими. Так, подтвердилось отрицательное влияние фактора верховенства закона (который отражает уровень исполнения правовых норм и законов), а точнее, его разницы с российским показателем на присутствие российских банков в данных странах. То есть чем больше разница в индексах верховенства закона в России и зарубежной стране, тем меньше российских банков будут выходить на рынок данной страны. Данный результат отражает желание банков выходить на рынки тех стран, где существуют близкие с Россией институциональные условия.

Однако результаты проверки влияния фактора, отражающего легкость ведения бизнеса, оказались противоположными. Результаты показали, что российские банки будут охотней выходить на те рынки, где уровень легкости ведения бизнеса выше, чем в России.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для российских банков институциональные факторы не представляют особой значимости, либо для банков привлекательней те страны, где показатели данных факторов схожи с Россией. Однако индекс легкости ведения бизнеса выбивается из общей картины и имеет противоположное влияние на решение российских банков о выходе за рубеж. Можно сделать вывод о том, что легкость ведения бизнеса в новой стране для банка играет важное значение в силу того, что банк заинтересован в быстром создании своего подразделения и в его эффективном функционировании на новом рынке.

При построении второй регрессионной модели, касающейся использования банком своих конкурентных преимуществ, были получены следующие результаты. Значение R-квадрат в данной модели равно 0,847, что показывает сильную значимость результатов данной модели. В таблице 3 представлены основные результаты степени влияния исследуемых факторов.

Размеры банковских активов имеют очень высокую степень влияния на принятие российским банком решения выходить на зарубежные рынки. Данный фактор является значимым на уровне <0,05 в рассматриваемой модели. Чем активы российского банка больше (соответственно, чем больше размер данных банков), тем охотней он будет принимать решение о выходе на зарубежные рынки и тем больше у него будет открытых подразделений в зарубежных странах. С размерами банка связан его опыт интернационализации, положительное влияние которого также подтверждается данной моделью.

Что касается двух других показателей, выражающих финансовую эффективность банка, то их положительное влияние не подтвердилось эмпирически. Отрицательное влияние можно объяснить тем, что показатели рентабельности активов и чистой процентной маржи постепенно снижаются из-за большого объема активов банка в отличие от небольших банков, показывающих высокие значения рентабельности активов и чистой процентной маржи.

Таблица 3
Table 3

**Влияние исследуемых факторов во второй модели
The influence of examined factors in the second model**

Модель	Нестандартиз. Коэффициенты		Стандартиз. коэффициенты	Т	Знач.
	В	Стандартная Ошибка	Бета		
(Константа)	5,267	,801		6,577	,000
Опыт интернационализации банка	,036	,052	,031	,685	,496
Банковские активы, млрд.руб.	,001	,000	,906	19,990	,000
Рентабельность активов банка %	-,518	,367	-,064	-1,412	,162
Чистая процентная маржа банков %	-,396	,126	-,143	-3,152	,002

а. Зависимая переменная: Количество подразделений банка



Таким образом, исходя из полученных данных в ходе регрессионного анализа, можно видеть, что в первую очередь на решение банка о выходе за рубеж влияют его собственные преимущества, а именно размеры его активов, т.к. банку необходимо вести эффективную конкурентную борьбу на новом для него рынке с сильными внутренними игроками. Следующими по степени своего влияния находятся факторы стратегии поиска привлекательного рынка. Российские банки выходят на сильные развивающиеся рынки с высокими темпами роста ВВП и с похожей на отечественную институциональную среду. Наконец, последними по степени значимости для российских банков являются факторы стратегии следования за клиентом. Российские банки выбирают для интернационализации те страны, с которыми объемы внешнеторгового оборота больше и в которые объемы исходящих ПИИ из России выше.

Формы выхода банков на зарубежные рынки

Когда банк принял для себя решение выходить на новые рынки зарубежных стран и определил страну для интернационализации, основным вопросом для него является способ выхода на зарубежные рынки.

Банки руководствуется перечнем причин, которые побуждают их выбирать тот или иной способ выхода на зарубежный рынок.

Различают два основных способа выхода банков на рынки зарубежных стран:

1) инвестиции в создание новых банков (гринфилд), которые предусматривают создание подразделения с нуля;

2) приобретение части акций (или всех акций) местной компании.

Если рассматривать способы выхода банков за рубеж с точки зрения организационной формы подразделения, то здесь выделяются представительство, филиал и дочерний банк, как уже говорилось ранее. Данные организационные формы представляют разную степень привлекательности для определенного банка.

Представительство банка является наименее затратной организационной формой. Так как представительство не имеет права самостоятельно осуществлять банковские операции, оно используется для изучения рынка, возможностей на нем и для того, чтобы банк не отставал от своих клиентов на новом рынке.

Филиал не является самостоятельным юридическим лицом, но может предлагать полный спектр банковских услуг. Функционирование филиала предполагает более высокую степень контроля со стороны головного банка, в связи с чем создание филиалов обходится банкам дороже, чем создание представительств.

Дочерние банки являются юридически независимыми от своего материнского банка и используют собственные средства для осуществления своей деятельности. Для создания дочернего банка или его приобретения за рубежом требуются большие инвестиции со стороны материнского банка и высокая степень контроля [25].

Банки при выборе организационной формы смотрят на специфику банковского регулирования на зарубежном и отечественном рынке, на те услуги, которые они собираются предоставлять на зарубежном рынке, а также на потенциальный уровень издержек, риска и доходности при создании зарубежного подразделения.

Авторами работ по данной тематике было выявлено, что на выбор организационной формы при выходе банка на зарубежные рынки влияют несколько основных групп факторов: специфика банковского регулирования в отечественной и зарубежных странах, предоставляемые услуги подразделения, факторы головного банка, а также факторы, отражающие специфику зарубежной страны.

Для дальнейшего анализа данных групп факторов за основу была взята модель из работы Eugenio Cerutti, Giovanni Dell'Ariccia и Maria Soledad Martinez Peria [6].

Регрессионная модель для анализа факторов, влияющих на выбор банком той или иной организационной формы для выхода на зарубежные рынки, выглядит следующим образом:

$$\text{Организационная форма} = b_0 + b_1^*(\text{факторы материнского банка}) + b_2^*(\text{факторы подразделения}) + b_3^*(\text{регулирование на отечественном рынке}) + b_4^*(\text{факторы зарубежного рынка}) + \varepsilon.$$

Ниже в таблице 4 представлен перечень факторов, которые были включены в модель для регрессионного анализа данных.



Таблица 4
Table 4

Факторы, влияющие на выбор банками организационной формы для выхода за рубеж
Factors influencing the choice of organizational forms for the banking internationalization

Группы факторов	Факторы для анализа
1	2
Факторы материнского банка	Активы материнского банка
	Ориентация бизнеса на розничные или корпоративные банковские услуги
	Предпочтения в выборе организационной формы (Доля филиалов в общем количестве зарубежных подразделений банка)
Факторы подразделения	Ориентация бизнеса подразделения на розничные или корпоративные услуги
	Гринфилд или приобретение
	Год выхода за рубеж
Регулирование на отечественном рынке	Существование дополнительных ограничений для создания филиалов за рубежом по сравнению с дочерними банками
Факторы зарубежного рынка	Рост ВВП (%)
	ВВП на душу населения
	Индекс легкости ведения бизнеса
	Регулирование в зарубежной стране (дополнительные ограничения для создания филиалов по сравнению с дочерними банками)

Влияние факторов на выбор российскими банками организационной формы при выходе на зарубежные рынки

Перед началом проведения регрессионного анализа на основе предыдущих исследований были выдвинуты основные гипотезы, описывающие предполагаемое влияние отобранных факторов.

При формулировании данных гипотез основной задачей исследования было определение перечня критериев для выбора российскими банками одной из трех организационных форм при выходе на зарубежные рынки.

Гипотеза 8: Чем больше размеры активов банка, тем больше вероятность того, что при выходе на новые рынки он будет выбирать организационные формы с более высоким уровнем контроля.

Гипотеза 9: Если приоритетным направлением материнского банка является корпоративная (инвестиционная) деятельность, то возрастает вероятность того, что банк выберет в качестве организационной формы филиал.

Гипотеза 10: Чем раньше головной банк выходит на зарубежные рынки, тем более вероятно, что он выберет представительство в качестве организационной формы выхода на зарубежные рынки.

Гипотеза 11: Чем меньше темпы роста ВВП страны, тем больше вероятность того, что российские банки будут использовать в качестве организационной формы дочерний банк.

Гипотеза 12: Чем меньше показатели легкости ведения бизнеса, тем более вероятно, что российские банки предпочтут дочерний банк в качестве организационной формы выхода за рубеж.

Гипотеза 13: Чем больше ограничений в зарубежной стране для создания филиала со стороны банковской системы, тем больше вероятность того, что российские банки будут выходить на рынки иностранных государств с помощью дочерних банков.

Влияние перечисленных выше факторов на принятие решения российскими банками о выборе той или иной организационной формы анализировалось на основе мультиномиальной логистической регрессии с фиктивными переменными.

Зависимой переменной в данной модели будет выступать организационная форма зарубежного подразделения российского банка. Данная переменная будет принимать три значения: 1 – если *i*-ый российский банк выходит на зарубежный рынок *j*-ой страны с помощью



представительства; 2 – если банк выходит на зарубежный рынок через создание филиала; 3 – если банк выходит на рынок иностранного государства через дочерний банк.

При построении мультиномиальной логистической регрессионной модели были получены следующие результаты. R-квадрат, рассчитанный по методу Нэйджелкерка, равен 0,891, что является высоким показателем значимости результатов модели.

Основные результаты проведенного регрессионного анализа представлены в таблице 5. В качестве опорной категории при проведении регрессионного анализа был взят дочерний банк. Таким образом, все показатели степени влияния факторов были построены на основе данного параметра.

Таблица 5
Table 5

Влияние исследуемых факторов в модели
The influence of examined factors in the model

Форма выхода ^а		В	Стандартная Ошибка	Вальд	ст.св.	Знач.
1		2	3	4	5	6
Представительство	Свободный член	-614,251	3163,368	,038	1	,846
	Размер_мат_банка	-,145	,163	7,043	1	,008
	Стратегия_мат_банка	-8,184	9,030	,821	1	,965
	Год_выхода	-,258	,153	2,841	1	,092
	ВВПпрост	,304	,177	2,935	1	,087
	ВВПдушнас	-,089	,118	3,080	1	,079
	Веден_бизнеса	,019	,017	1,296	1	,255
	Регул_заруб_стран	18,476	349,711	,003	1	,958
	[Бизнес_ориент_мат=,00]	37,029	2779,592	,000	1	,989
	[Бизнес_ориент_мат=1,00]	0			0	
	[Бизнес_ориент_подр=,00]	0			0	
	[Бизнес_ориент_подр=1,00]	0			0	
	[Гринф_приобр=,00]	62,633	1204,304	,003	1	,959
	[Гринф_приобр=1,00]	0			0	
Филиал	Свободный член	-373,368	1988,014	,035	1	,851
	Размер_мат_банка	-,122	,217	,121	1	,869
	Стратегия_мат_банка	20,696	29,752	,084	1	,887
	Год_выхода	-,138	,271	1,760	1	,210
	ВВПпрост	,184	,276	1,443	1	,306
	ВВПдушнас	-,016	,124	3,534	1	,065
	Веден_бизнеса	,038	,089	1,179	1	,272
	Регул_заруб_стран	19,009	349,720	,003	1	,957
	[Бизнес_ориент_мат=,00]	29,039	0,000		1	
	[Бизнес_ориент_мат=1,00]	0			0	
	[Бизнес_ориент_подр=,00]	0			0	
	[Бизнес_ориент_подр=1,00]	0			0	
	[Гринф_приобр=,00]	65,761	1912,068	,001	1	,973
[Гринф_приобр=1,00]	0			0		

а. Опорная категория: Дочерний банк.

При интерпретации результатов регрессионного анализа было выявлено, что значимость влияния ряда факторов оказалась несущественной. Среди данных факторов оказались показатель, выражающий приверженность того или иного российского банка к определенной организационной форме, фактор, отражающий регулирование банковской деятельности в зарубежной стране, а также ориентация бизнеса на розничные или корпоративные банковские услуги.



Размер активов банка влияет на выбор той или иной организационной формы. Было выявлено, что чем больше банк, тем больше вероятность того, что он будет использовать дочерние банки в качестве организационной формы выхода на зарубежные рынки. Напротив, менее крупному банку проще открыть представительство за рубежом, потратив на это меньшее количество ресурсов.

Влияние года появления подразделения на выбор организационной формы выхода за рубеж также подтвердилось эмпирически. На основе результатов модели было выявлено, что в более ранние периоды интернационализации банки с большей вероятностью выбирают представительство в качестве организационной формы. В более поздние периоды, когда российские банки становятся больше в размерах и уже обладают достаточным опытом интернационализации, для них становится характерным выбор дочернего банка в качестве способа выхода за рубеж, для которого необходим более высокий уровень контроля со стороны материнского банка.

Рост ВВП зарубежной страны положительно влияет на выбор российскими банками организационной формы с низким уровнем контроля со стороны головного банка. Это подтверждает гипотезу о том, что в странах с более высокими темпами роста, соответственно, в развивающихся странах, российскому банку легче функционировать на местном рынке среди конкурентов в связи с недостаточно высоким уровнем развития банков в развивающихся странах, в отличие от банков развитых стран. Поэтому на рынки развивающихся стран российские банки могут выходить с помощью гринфилд-инвестиций и создавать представительства или филиалы.

Влияние показателя ВВП на душу населения страны имеет похожие результаты. Чем данное значение больше, соответственно, чем выше уровень развития страны, тем более вероятно, что российские банки выберут дочерний банк в качестве организационной формы выхода за рубеж.

Результаты тестирования гипотезы о влиянии институционального риска, а конкретно, индекса легкости ведения бизнеса на выбор организационной формы выхода российских банков на зарубежные рынки показали, что банки при выходе в иностранные государства с низким уровнем легкости ведения бизнеса, скорее всего, выберут дочерний банк в качестве формы выхода. Данные результаты, как и предполагалось, базируются на том, что в страны с низким уровнем легкости ведения бизнеса, соответственно, с высоким уровнем институционального риска, будет сложно выйти с помощью гринфилд-инвестиций, поэтому российские банки приобретают местные банки и используют их преимущества для эффективного функционирования на зарубежном рынке.

Из результатов анализа можно определить основные критерии, по которым российские банки выберут ту или иную организационную форму.

Так, чем больше размер головного банка, чем позже год начала функционирования его подразделения, чем ниже рост ВВП страны, чем больше ВВП на душу населения в данной стране и чем меньше уровень легкости ведения бизнеса, тем вероятнее, что российские банки выберут дочерний банк в качестве организационной формы выхода за рубеж.

Иные критерии выделяются для выбора представительства: чем меньше размер головного банка, чем раньше год начала функционирования его подразделения, чем выше темпы роста ВВП зарубежной страны, чем меньше ВВП на душу населения в стране, тем вероятнее, что российские банки будут выбирать представительство в качестве организационной формы выхода за рубеж. Уровень легкости ведения бизнеса принимает в данном случае промежуточное значение.

Степень влияния факторов на выбор российскими банками филиала в качестве организационной формы принимает промежуточные значения между представительством и дочерним банком, кроме влияния уровня легкости ведения бизнеса – чем больше значение данного показателя, тем более вероятно, что российские банки выберут филиал в качестве формы выхода на зарубежные рынки.

Заключение

Таким образом, учитывая особенности банковских услуг, авторы выделяют следующие основные стратегии банковской интернационализации: стратегия применения конкурентных преимуществ, стратегия следования за своими клиентами на рынки зарубежных стран и стратегия поиска привлекательных рынков.

Анализируя влияние факторов на принятие российскими банками решения о выходе на рынки той или иной зарубежной страны, было выявлено, что, в первую очередь, на решение банка о выходе за рубеж влияют его собственные преимущества, а именно размеры его активов в силу того, что банку необходимо вести эффективную конкурентную борьбу на новом для него рынке с сильными внутренними игроками.

Факторы стратегии поиска привлекательного рынка влияют на решение банков о выходе в ту или иную страну в меньшей степени, чем собственные преимущества банков. Российские банки,



как правило, выходят на сильные развивающиеся рынки с высокими темпами роста ВВП и с похожей институциональной средой.

Последними по степени влияния на решение российских банков о выходе на рынки той или иной страны являются факторы стратегии следования за клиентом. Российские банки выбирают для интернационализации те страны, с которыми объемы внешнеторгового оборота больше и в которые объемы исходящих ПИИ из России выше.

В силу того, что факторы стратегии поиска привлекательных рынков имеют большее влияние на принятие российскими банками решения о выходе за рубеж, российские банки больше используют стратегию поиска привлекательного рынка, чем следования за своими клиентами в зарубежные страны.

Банки при выходе на зарубежные рынки используют три основные организационные формы: представительство, филиал и дочерний банк. На выбор банком той или иной организационной формы выхода на зарубежные рынки влияют следующие группы факторов: специфика банковского регулирования в отечественной и зарубежных странах, предоставляемые услуги подразделения, факторы головного банка и факторы, отражающие специфику зарубежной страны.

В ходе регрессионного анализа было выявлено, что на выбор российскими банками организационной формы выхода за рубеж влияют факторы головного банка (такие как размер банковских активов), факторы подразделения (в частности, год создания подразделения) и факторы зарубежного рынка, такие как рост ВВП страны, объем ВВП на душу населения и уровень институционального риска. Полученные результаты представлены ниже на рисунке 1 и содержат основные выводы исследования.

Стратегия интернационализации	Факторы	Влияние фактора	Степень влияния факторов стратегии
Конкурентные преимущества	Активы банка	+	Очень сильное
	Опыт банка	+	
Поиск привлекательного рынка	Рост ВВП (%)	+	Сильное
	ВВП на душу населения	-	
	Капитализация фондового рынка в % к ВВП	+	
	Верховенство закона, разница с РФ	-	
Следование за клиентом	Внешнеторговый оборот с Россией	+	Умеренное
	ПИИ из России за рубеж	+	

Необходимость физического присутствия за рубежом в связи со спецификой банковских услуг

Критерии выбора российскими банками формы выхода			
	Представительство	Филиал	Дочерний банк
Размер головного банка	-	0	+
Год выхода	-	0	+
Рост ВВП (%)	+	0	-
ВВП на душу населения	-	0	+
Индекс легкости ведения бизнеса	0	+	-

Рис. 1 Результаты исследования
Fig. 1. Research results

Российские банки, которые планируют выходить на рынки зарубежных стран, могут использовать полученные результаты для оптимального выбора страны для интернационализации и организационной формы выхода. Банки могут сконцентрироваться на тех факторах, которые в большей степени влияют на интернационализацию других российских банков, уже имеющих большое количество успешно функционирующих подразделений на зарубежных рынках.



Список литературы
References

- Абалкина А.А. Экспансия российских банков за рубеж: эмпирический анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://inecon.org/docs/Abalkina_paper_20160126.pdf (дата обращения: 09.03.2016).
- Abalkina A.A. Expansion of Russian banks abroad: an empirical analysis [Electronic resource]. - URL: http://inecon.org/docs/Abalkina_paper_20160126.pdf (дата обращения: 09.03.2016).
- Barney J.B. 2001. Is the resource-based 'view' a useful perspective for strategic management? Yes. *Academy of Management Review*. Vol. 26. No. 1.- P. 41-56.
- Bouteiller E., Marois B. 1999. Strategies of European Banks in Emerging Countries: A Comparative Approach. HEC Foundation.
- Buckley P.J. 2014. Forty years of internalisation theory and the multinational enterprise. *Multinational Business Review*. Vol. 22. Iss.3. - P. 227-245.
- Buckley P.J., Casson M.C. 2009. The Internalisation Theory of the Multinational Enterprise: A Review of the Progress of a Research Agenda after 30 Years. *Journal of International Business Studies*. V. 40. Iss. 9. - P. 63-80.
- Cerutti E., Dell'Araccia G., Martinez Peria M.S. 2007. How banks go abroad: Branches or subsidiaries? *Journal of Banking and Finance*. Vol. 31. Iss. 6. - P. 69-92.
- Chang C.E., Hasan I., Hunter W.C. 1998. Efficiency of multinational banks: An empirical investigation. *Applied Financial Economics*. № 8. - P. 689-696.
- Claessens S., Demirgüç-Kunt A., Huizinga H. 2001. How does foreign entry affect the domestic banking market? *Journal of Banking and Finance*. № 5. - P. 891-911.
- Claessens S., Van Horen N. 2009. Being a foreigner among domestic banks: asset or liability? *International Monetary Fund, Working Papers*. № 09/273.
- Clarke G., Cull R., Martinez Peria M.S., Sánchez S.M. 2003. Foreign Bank Entry: Experience, Implications for Developing Economies, and Agenda for Further Research. *World Bank Research Observer*. Vol. 18. Iss. 1. - P. 25-59.
- Coase R.H. 1937. The nature of the firm. *Economica*. Vol. 4. - P. 386-405.
- Dunning J.H. 1979. Explaining changing patterns of international production: in defense of the eclectic theory. *Oxford Bulletin of Economics & Statistics*. Vol. 41. Iss. 4. - P. 269-295.
- Dunning J.H., Lundan S.M. 2008. Multinational enterprises and the global economy. U.K.: Edward Elgar.
- Erdilek A. 2008. Internationalization of Turkish MNEs. *Journal of Management Development*. Vol. 2. Iss. 7. - P. 744-760.
- Focarelli D., Pozzolo A.F. 2005. Where do banks expand abroad? An empirical analysis. *Journal of Business*. № 78. - P. 2435-2463.
- Fung J.G. A 2002. Decade of internationalization: the experience of an Australian retail bank. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. Vol. 12 Iss. 4-5. - P. 399-417.
- Ghemawat P. 2001. Distance Still Matters. The Hard Reality of Global Expansion. *Harvard Business Review*. Vol. 79. Issue 8. - P. 137-147.
- Hasan I., Hunter W.C. 1996. Efficiency of Japanese Multinational Banks in the United States. *Research in finance*. № 14. - P. 157-173.
- Hellman P. 1996. The internationalization of Finnish financial service companies. *International business review*. Vol. 5. № 2. - P. 191-208.
- Hofstede G. 1983. The cultural relativity of organizational practices and theories. *Journal of International Business Studies*. №14 (2). - P. 75-89.
- Hoskisson R.E., Eden L., Lau C.M., Wright M. 2000. Strategy in emerging economies. *Academy of Management Journal*. No. 43 (3). - P. 249-267.
- Hryckiewicz A., Kowalewski O. 2010. Economic Determinates, Financial Crisis and Entry Modes of Foreign Banks into Emerging Markets. *Emerging Markets Review*. Vol. 11. Iss. 3. - P. 205-28.
- Hsieh M.-F., Shen C.-H., Lee J.-S. 2010. Factors influencing the foreign entry mode of Asian and Latin-American banks. *Service Industries Journal*. Vol. 30. Iss. 14. - P. 2351-2365.
- Hultman C.W., McGee L.R. 1989. Factors affecting foreign banking presence in the US. *Journal of Banking and Finance*. № 13. - P. 383-396.
- Hurdue N., Nițu A. 2011. Forms and Strategies of the Banks to Enter on a Foreign Market. *Theoretical & Applied Economics*. Vol. 18. Iss. 7. - P. 43-52.
- Johanson J., Vahlne J. 1977. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitment. *Journal of International Business Studies*. Vol. 8. - P. 23-32.
- Konopielko L. 1999. Foreign Banks' Entry into Central and East European Markets: Motives and Activities. *Post-Communist Economies*. Vol. 11. Iss. 4. - P. 463-485.
- Makino S., Chan C.M., Isobe T., Beamish P.W. 2007. Intended and unintended termination of international joint ventures. *Strategic Management Journal*. No. 28. - P. 1113-1132.
- Panibratov A., Verba C. 2011. Russian banking sector: key points of international expansion. *Organizations and markets in emerging economies*. Vol. 2. № 1(3). - P. 63-74.
- Rugman A.M. 2010. Reconciling Internalization Theory and the Eclectic Paradigm. *Multinational Business Review (St. Louis University)*. Vol. 18. Iss. 2. - P. 1-12.
- Zimmer S.A., McCauley R.N. 1991. Bank cost of capital and international competition. *Federal Reserve Bank of New York: Quarterly Review*. № 15. - P. 35-39.