

Матвеев Яков Сергеевич

**ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В СЕКТОРЕ
ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА РОССИИ НА
ОСНОВЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ**

08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством:
промышленность;

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва
2017

Работа выполнена на кафедре экономики и менеджмента Образовательного учреждения Профсоюзов высшего профессионального образования «Академия труда и социальных отношений»

Научный руководитель: **Псарева Надежда Юрьевна**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Антонов Виктор Глебович**
доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой «Корпоративное
управление» Федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Государственный
университет управления»»

Беляев Юрий Константинович
кандидат экономических наук, доцент, доцент
кафедры организационно-управленческий
инноваций ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет им. Г.В.
Плеханова»

Ведущая организация: **Федеральное государственное бюджетное
учреждение науки «Центральный экономико-
математический институт Российской
академии наук»**

Защита состоится «21» сентября 2017 г. в 12.00 на заседании диссертационного
совета Д 002.138.02. созданного на базе Федерального государственного бюджетного
учреждения науки «Институт проблем рынка Российской Академии наук» (ФГБУН
ИПР РАН) по адресу: 117418, г. Москва. Нахимовский просп.47, ауд. 520

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеки и на сайте ФГБУН ИПР
РАН по адресу: <http://www.ipr-ras.ru>

Автореферат разослан «18» августа 2017г.

И.О. ученого секретаря
диссертационного совета

д.э.н, доцент



Ю.А. Романова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования.

Экономика России из-за кризиса 2014-2016 гг. стала менее привлекательной для прямых инвестиций международных компаний. Данное изменение негативно сказывается на развитии промышленности и как следствие уровне жизни населения и темпах развития экономики. Это вызвано, в том числе, с общей глобализацией мирового рынка, которая делает вовлеченность компаний и стран в мировую экономику не преимуществом, а необходимостью.

Формирование корпоративных образований на основе прямых иностранных инвестиций (ПИИ) позволяет нарастить промышленное производство, оказать положительное влияние на оздоровление промышленности за счет роста капитала, притока знаний и технологий, оптимизации производства за счет эффекта масштаба, повышения качества выпускаемой продукции и других факторов. Рост промышленного производства в свою очередь позволит как повысить занятость населения и увеличить налоговые поступления в бюджет, так и опосредованно повлиять на рост потребления и рост ВВП, являющегося следствием влияния перечисленных факторов. В связи с этим актуален вопрос способа привлечения компаний к формированию корпоративных образований на основе ПИИ в различных секторах экономики, а также сравнения форм данных образований.

Еще большую актуальность вопрос формирования корпоративных образований на основе ПИИ получил в связи с экономическим кризисом. Следует отметить, что потребление не всех товаров в равной степени сокращается в период кризиса, что может говорить о необходимости повышательного воздействия на среднюю склонность потребления именно продуктов, подверженных сокращению потребления в меньшей степени. Речь идет о продуктах с пониженной эластичностью спроса по доходу – это товары повседневного спроса.

Принимая во внимание, что существенную инновационную активность на рынке товаров повседневного спроса представляют транснациональные компании (далее ТНК), вопрос необходимости повышения средней нормы потребления становится тесно связан с вопросом повышения активности международных игроков на российском рынке и с потребностью формирования новых корпоративных образований на основе прямых иностранных инвестиций (далее ПИИ) в секторе производства товаров повседневного спроса.

Степень научной разработанности проблемы

Диссертационное исследование базируется на теориях, объясняющих причины формирования корпоративных образований на основе ПИИ, их

целесообразность и способы формирования. В рамках исследования вопроса преимуществ осуществления ПИИ для компаний инвесторов были изучены работы ученых: Hennart, Rugman, Verbeke, Ricardo, Mundell, Kojima, Osawa.

Были также подробно проанализированы и структурированы теории, рассматривающие вопрос целесообразности осуществления ПИИ, ученых: Vernon, Buckley, Casson, Hymer, Dunning, Rugman, Chang, Dominic, Verbeke, D'Cruz, Porter.

Неотъемлемой частью данной работы является исследование вопроса выбора формы создания корпоративных образований на основе ПИИ и причин выбора той или иной формы. В этом направлении были изучены теории следующих ученых: Hill, Hwang, Kim, Erramilli, Anderson, Gatignon, Li, Rugman, Brouthers, Hennart, Chi, Rosenzweig, Singh, Harzing, Slangen.

Изучены работы российских ученых, исследующих вопросы формирования корпоративных объединений. В частности Цветков В. А. уделяет целесообразности формирования корпоративных образований достаточно большое внимание как с теоретической точки зрения, так и с учетом практической применимости к российской действительности. Псарева Н.Ю. в своих работах подробно изучает существующие процессы в холдинговых структурах.

Вопросы исследования бизнес-моделей для корпоративных структур, а также вопросы реорганизации отражены в работах Антонова В.Г., Беляева Ю.К., Кирилловой О.Ю. и Осипенко О.В.

Касательно анализа деятельности корпоративных структур в текущих условиях рассматривались работы Ерзнкяна Б.А., Хачатуряна А.А., Емельянова Ю.С., Тулупова А.С., Антонова В.Г., Короткова Э.М. По вопросу управления качеством на предприятиях отдельное внимание уделено работе Хачатуряна А.А.

Вопросы необходимости инновационного пути развития экономики и обеспечения экономической безопасности отражены в изученных работах Зиядуллаева Н.С. и Логинова Е.Л.

Следует отметить, что в существующих исследованиях широко не освещаются вопросы особенностей формирования корпоративных образований на основе ПИИ в сегменте производства товаров повседневного спроса. В рассмотренных работах не уделено достаточного внимания особенностям оценки целесообразности формирования корпоративных образований на основе ПИИ в кризисный период.

Цель исследования - оценить целесообразность и разработать механизмы формирования корпоративных образований на основе ПИИ в российской экономике в секторе производства товаров повседневного спроса.

Гипотеза исследования. Ускорение развития российского рынка товаров повседневного спроса в условиях глобализации экономики возможно за счет согласования интересов иностранных инвесторов и российских производителей на основе формирования корпоративных образований.

В соответствии с целью и гипотезой исследования решаются следующие **задачи**:

1. Оценить возможность и необходимость формирования корпоративных образований на основе ПИИ в секторе производства товаров повседневного спроса в России.
2. Дать теоретическое обоснование необходимости выделения сектора производства товаров повседневного спроса как отдельного сектора промышленности, имеющего ключевые характеристики, определяющие особенности условий производства и реализации продукции.
3. Определить и структурировать факторы, влияющие на целесообразность формирования корпоративных образований на основе ПИИ в российском секторе товаров повседневного спроса с учетом сложившейся экономической ситуации.
4. Создать методику выбора инвестором способа создания корпоративного образования на основе ПИИ в секторе товаров повседневного спроса в зависимости от внешних и внутренних факторов.
5. Разработать методический подход определения способа привлечения российскими компаниями ПИИ в сектор производства товаров повседневного спроса при создании корпоративного образования.
6. Предложить механизм формирования корпоративного образования на основе ПИИ в российском секторе производства товаров повседневного спроса, позволяющий оптимизировать временные и финансовые затраты в рамках существующего законодательства.

Объектом исследования являются процессы привлечения ПИИ и формирования корпоративных образований в российской экономике в сегменте производства товаров повседневного спроса с учетом глобализации экономики.

Предметом исследования выступают организационно-экономические отношения, факторы и условия, определяющие процесс формирования корпоративных образований на основе привлечения ПИИ в сегменте производства товаров повседневного спроса.

В теоретической и методологической основе исследования лежат работы как российских, так и зарубежных авторов в области осуществления ПИИ, анализа их целесообразности и формы осуществления при принятии решения, а также изучение

и обобщение опыта осуществления ПИИ в сектор производства товаров повседневного спроса в России в период с 1996 г. по настоящее время. В рамках исследования были использованы методы синтеза и анализа, диалектический метод, метод аналогии, экстраполяции, а также логический, методический и системный подходы. В дополнение к указанным методам применялись также методы сравнительного анализа (в том числе экономических и статистических показателей), глубокого анализа ситуаций.

Область исследования. Диссертационное исследование соответствует п. 1.1.3. «Механизмы формирования корпоративных образований в российской экономике с учетом глобализации мировой экономики» и п. 1.1.12. «Условия и инструменты создания транснациональных корпораций, механизмы их адаптации к российским условиям хозяйствования» паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность).

Информационная база исследования. Информационная база исследования состоит из статей российских и международных авторов в специализированных изданиях, монографий; источников информации в сети Интернет; нормативно правовых актов Российской Федерации; источников статистической информации; результатов исследований; материалов Российских и международных конференций по вопросам привлечения инвестиций, и мероприятий, направленных на оздоровление экономики страны в условиях кризиса.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке подхода к формированию корпоративных образований с привлечением ПИИ, согласующего интересы иностранных инвесторов и российских производителей товаров повседневного спроса и потребностей рынка.

Основные результаты, содержащие приращение научного знания, представлены шестью результатами: первый, второй и четвертый результат относятся к п. 1.1.3. «Механизмы формирования корпоративных образований в российской экономике с учетом глобализации мировой экономики» паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность). Третий, пятый и шестой результат относятся к п. 1.1.12. «Условия и инструменты создания транснациональных корпораций, механизмы их адаптации к российским условиям хозяйствования» паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность).

Основное положения результатов, раскрывающие новизну диссертационного исследования:

1. Разработаны теоретические положения, характеризующие рынок товаров повседневного спроса: дано определение товаров повседневного спроса, выделены ключевые особенности производства и продажи товаров повседневного спроса. Доказана целесообразность рассмотрения производства товаров повседневного спроса как отдельного сектора промышленности, включающего части легкой, пищевой и химической промышленности.

Товары повседневного спроса относятся к виду продукции, потребление которой осуществляется в течение недлительного промежутка времени. Также данная группа товаров предполагает повторяемость их приобретения и использования с определенной периодичностью. Данная особенность влияет на наличие у этой группы товаров ряда характеристик, выделяющих их среди других товаров, в том числе с точки зрения специфики производства и реализации. Примерами таких особенностей могут служить существенные объемы производства, низкая себестоимость одной единицы продукции и другие. Совокупность особенностей данной группы товаров как для производителя, так и для потребителя связаны со спецификой их производства и продажи, что доказывает целесообразность выделения этих товаров в отдельную группу в рамках сектора промышленности.

2. Предложен концептуальный подход к оценке эффективности формирования корпоративных образований с привлечением ПИИ, учитывающих интересы инвесторов и участников локального рынка товаров повседневного спроса.

Выявлены факторы, влияющие на эффективность формирования корпоративных образований с привлечением ПИИ в российском секторе производства товаров повседневного спроса со стороны инвестора. Разработан методологический подход, позволяющий использовать эти факторы для привлечения ПИИ российскими компаниями в сектор производства товаров повседневного спроса в целом.

3. Предложена модифицированная модель оценки целесообразности формирования корпоративных образований на основе ПИИ, базирующаяся на эклектической парадигме ОЛИ, с учетом особенностей российского рынка товаров повседневного спроса. Подтверждена целесообразность формирования

таких корпоративных образований.

Рассмотрены и проанализированы существующие модели оценки целесообразности осуществления ПИИ. На основе сравнительной характеристики этих моделей предложена модифицированная модель, отражающая в большей степени сложившиеся экономические и политические условия, влияющие на привлечение ПИИ в сектор производства товаров повседневного спроса на российском рынке. Доказана целесообразность и рассчитан потенциальный эффект от формирования корпоративных образований на основе ПИИ в секторе производства товаров повседневного спроса.

4. Предложена методика создания корпоративных образований на основе ПИИ, отражающая интересы иностранного инвестора в секторе производства товаров повседневного спроса.

Определены факторы, влияющие на выбор способа осуществления ПИИ иностранными компаниями в российский сектор производства товаров повседневного спроса в сложившихся экономических условиях. Предложена методика принятия решения о способе формирования корпоративных образований в российском секторе производства товаров повседневного спроса. Данная методика позволяет избежать значительных убытков, вызванных неправильным выбором способа формирования корпоративных образований.

5. Предложена методика формирования корпоративных образований в секторе производства товаров повседневного спроса с позиций российских компаний.

На основе изучения различных способов привлечения ПИИ компаниями в российский сектор производства товаров повседневного спроса, а также факторов влияющих на принятие решения о целесообразности и способе осуществления ПИИ предложена методика формирования корпоративных образований на основе привлечения ПИИ с точки зрения локальных компаний.

6. Предложен механизм формирования корпоративного образования на основе ПИИ в российском секторе производства товаров повседневного спроса, оптимизирующий временные и финансовые затраты российских компаний и инвестора в рамках действующего законодательства.

Изучение форм создания корпоративных образований позволило доказать целесообразность формирования корпоративного образования на основе ПИИ как последовательной реализации двух этапов: создания в юрисдикции РФ нового юридического лица в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью с единственным участником – потенциальным иностранным

инвестором (1); реорганизация российской компании в форме присоединение к ней этого юридического лица (2). Данный механизм позволяет получить экономию времени и сократить затраты на формирование корпоративного образования на основе ПИИ.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии теоретико-методологической базы осуществления и привлечения ПИИ, а также в выделении сектора производства товаров повседневного спроса в рамках промышленности.

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения на практике разработанных в диссертации теоретических положения, моделей и методик как при принятии решении об осуществлении ПИИ в российский сектор производства товаров повседневного спроса, так и при привлечении ПИИ со стороны российских компаний, регионов или отрасли в целом.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения диссертации были представлены и обсуждены, а также получили положительную оценку на следующих конференциях:

- международная научно-практическая конференция «Государственно-частное партнерство как фактор устойчивого развития экономики», ОУП ВО АТиСО г. Москва, апрель 2015 г.;

- международная научно-практическая конференция «Социально-экономические механизмы управления в условиях кризиса», ОУП ВО АТиСО г. Москва, май 2016 г.;

- II международная научно-практическая конференция «Европейские научные исследования», Наука и Просвещение г. Пенза, февраль 2017 г.;

- международная научно-практическая конференция «Современные тренды развития механизмов управления корпорацией», ОУП ВО АТиСО г. Москва, апрель 2017 г.

Результаты исследования использованы в ООО «Юнилевер Русь» в части формирования корпоративных структур на российском рынке и оценки целесообразности локализации производства.

Публикации. Основные положения диссертации в полном объеме нашли отражение в 8 опубликованных работах, общим объемом 3,0 п. л. (авторский объем – 2,5 п.л.), в том числе 4 статьи в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК Минобрнауки России.

Объем и структура работы обусловлена целью, задачами и логикой исследования. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка. Библиографический список включает 114

наименований. Общий объем диссертации составляет 177 страниц, содержит 11 таблиц, 22 рисунка, 12 формул.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, ее теоретическая, методологическая и практическая значимость; дана характеристика степени разработанности проблемы: определены объект, предмет, цель и задачи исследования; сформулированы научная новизна исследования и результаты, раскрывающие эту новизну, представлена информация об апробировании результатов работы.

В первой главе рассмотрен сегмент производства товаров повседневного спроса и выделены его основные особенности по сравнению с другими направлениями промышленности. Дается анализ различных теорий, рассматривающих вопрос целесообразности осуществления ПИИ. На основе анализа теорий осуществляется выбор теории, которая применяется в дальнейшей разработке практических рекомендаций по формированию корпоративных образований в сегменте производства товаров народного потребления.

Во второй главе проанализирована текущая ситуация в экономике страны, в том числе вопрос ПИИ. Базируясь на основных положениях выбранной теории касательно формирования корпоративных образований на основе ПИИ, проанализирована практика осуществления ПИИ в российский сегмент производства товаров повседневного спроса и даны рекомендации по целесообразности формирования корпоративных образований с привлечением ПИИ в текущих экономических условиях.

В третьей главе рассмотрены и проанализированы случаи осуществления ПИИ в российский сегмент производства товаров повседневного спроса. Предложена методика выбора способа создания корпоративных образований с привлечением ПИИ для инвесторов в зависимости от внешних и внутренних факторов. Также разработана методика формирования корпоративных образований на основе ПИИ для российских компаний в секторе производства товаров повседневного спроса. Применение предложенной методики продемонстрировано на примере. Предложен механизм формирования корпоративного образований на основе ПИИ в рассматриваемом секторе.

В заключении приводятся основные выводы и рекомендации выполненного диссертационного исследования, имеющие прямое отношение к достижению поставленной цели и решению задач её конкретизирующих.

Основные положения работы, содержащие элементы научной новизны, полученные в результате исследования

1. Разработаны теоретические положения, характеризующие рынок товаров повседневного спроса: дано определение товаров повседневного спроса, выделены ключевые особенности производства и продажи товаров повседневного спроса. Доказана целесообразность рассмотрения производства товаров повседневного спроса как отдельного сектора промышленности, включающего части легкой, пищевой и химической промышленности.

Обосновано выделение производства товаров повседневного спроса в отдельный сегмент промышленности, состоящий из частей пищевой, химической и легкой промышленности. Дано определение товаров повседневного спроса и предложена их классификация для определения объекта инвестирования, основанная на выделении двух категорий товаров исходя из причины возникновения потребности в приобретении товара.

Определены основные отличительные черты товаров повседневного спроса от других продуктов промышленности со стороны потребителя, среди таких характеристик выделены:

- низкая цена товаров повседневного спроса;
- низкая вовлеченность потребителей в процесс принятия решения о покупке того или иного товара повседневного спроса;
- высокая частота покупок данной категории товаров;
- необходимость свободной физической доступности продукта.

Перечисленные особенности вынуждают производителей товаров повседневного спроса действовать определенным образом, отличающим их от производителей других товаров легкой промышленности. Так, производители должны учитывать следующие моменты:

- высокие объемы производства;
- низкую прибыль, получаемую с одной проданной единицы продукции;
- необходимость существенной маркетинговой поддержки продукции;
- обширные распределительные сети;
- высокую оборачиваемость запасов;
- необходимость быстрого реагирования на изменение плана производства;
- высокий уровень конкуренции среди локальных и международных компаний.

Приведенные особенности сектора производства товаров повседневного спроса позволяют выделить его среди остальных секторов промышленности и исследовать

отдельно, так как для данного сектора существуют отличные от других видов промышленности закономерности.

2. Предложен концептуальный подход к оценке эффективности формирования корпоративных образований с привлечением ПИИ, учитывающих интересы инвесторов и участников локального рынка товаров повседневного спроса.

В диссертации предложен концептуальный подход, комбинирующий теорию Эклектической парадигмы автора Dunning и модель двойного ромба авторов Rugman и D'Stuz. Приведено объяснение, почему данная теория является наиболее комплексной и может быть применена для оценки целесообразности формирования корпоративных образований на основе ПИИ с точки зрения иностранной компании инвестора.

В диссертации доказано, что часть факторов, описанных в модели двойного ромба, целесообразно использовать для более детального исследования локальных преимуществ в рамках Эклектической парадигмы, например, в части описания совокупного спроса, оценки конкурентности рынка и важности учета политической ситуации в стране реципиента ПИИ.

Анализ существующих теорий, объясняющих влияние различных факторов на принятие решений о форме выхода на рынки других стран, также позволил сделать вывод, что наиболее полный подход отражен в теории Brouthers и Hennart, ставшей основой проводимого исследования о целесообразности ПИИ.

Однако предложенная Brouthers и Hennart теория не позволяет комплексно рассмотреть все факторы, влияющие на режим выхода на определенный рынок, и принять на основе них единое решение.

3. Предложена модифицированная модель оценки целесообразности формирования корпоративных образований на основе ПИИ, базирующаяся на эклектической парадигме ОЛИ, с учетом особенностей российского рынка товаров повседневного спроса. Подтверждена целесообразность формирования таких корпоративных образований.

Основываясь на предложенном концептуальном подходе к оценке эффективности формирования корпоративных образований с привлечением ПИИ, в диссертации проведен анализ параметров, влияющих на целесообразность выхода инвесторов на российский рынок.

Падение объемов производства в 2014-2016 гг. как в промышленном производстве в целом, так и в обрабатывающих производствах, характеризуется индексом промышленного производства. Данная тенденция характерна и для ряда

производств легкой, пищевой и химической промышленности, в том числе товаров, относящихся к категории товаров повседневного спроса (моющие средства и зубные пасты).

В России выявлена также негативная динамика притока прямых иностранных инвестиций в период 2013-2015 гг. Также выявлено, что в масштабах мировой экономики приток ПИИ в Россию в 3 раза ниже расчетного показателя, взвешенного по доле ВВП России в мировом ВВП.

Исходя из обозначенных показателей и динамик, в качестве драйвера, который может оказать положительное влияние на восстановление промышленного производства в России, выделен приток ПИИ в промышленность и в частности в производство товаров повседневного спроса.

Положительный эффект на рост промышленного производства от притока ПИИ в данном случае ожидается благодаря следующим факторам:

- рост капитала, задействованного в промышленном производстве;
- приток знаний, технологий и инноваций, которыми обладают международные компании-инвесторы;
- оптимизация производства за счет эффекта масштаба, который могут обеспечить транснациональные компании;
- повышение прозрачности бизнеса;
- повышение качества выпускаемой продукции за счет выстроенного и более налаженного процесса контроля качества;
- улучшение условий труда.

Так как было выявлено, что привлечение ПИИ в производство товаров повседневного спроса окажет положительное влияние на экономику страны и приведет к росту промышленного производства, потенциал увеличения которого был оценен в 2,5 трлн. руб. в год в розничных ценах.

Параметры, влияющие на выбор инвестора.

Концептуальные причины принятия решения иностранным инвестором об осуществлении ПИИ и определения реципиента инвестиций выявлены на основе анализа российского рынка производства товаров повседневного спроса в сложившихся экономических условиях.

Учитывая, что концептуальный подход к оценке эффективности формирования корпоративных образований с привлечением ПИИ, используемый для проведения анализа, подразумевает исследование трех групп факторов, структура исследования соответствует основным блокам: преимущества компании-инвестора(1), локальные специфические факторы(2), преимущества

интернализации(3). Совокупное влияние трех групп факторов определяет основу целесообразности формирования корпоративных образований на основе ПИИ.

Преимущества компании-инвестора исследуются по сравнению с локальными игроками, представленными на рынке производства товаров повседневного спроса в России. В работе были выявлены следующие *преимущества компании-инвестора (1)*:

- международные компании обладают относительно более низкой стоимостью капитала по сравнению с локальными игроками (особенно по сравнению с российскими компаниями);
- наличие экспертизы в ряде областей, таких как маркетинг, исследования и разработка, цепочка поставок, управление человеческими ресурсами, финансы;
- наличие большого опыта принятия управленческих или стратегических маркетинговых решений;
- наличие экономии в издержках, связанной с масштабом производства, как при закупке сырья и материалов, так и при закупке услуг;
- наличие нематериальных активов, включая международные бренды, что нивелирует или существенно снижает затраты компаний на создании данных нематериальных активов по сравнению с российскими предприятиями;
- наличие гарантии материнской компании, позволяющей проще договариваться с партнерами, как на смежных рынках, так и с государственными институтами (в случае строительства заводов для развития тех или иных регионов).

Важно заметить, что все описанные выше преимущества компании-инвестора в соответствии с дополнительным требованием к классической эклектической парадигме транспортируются через границу без существенных дополнительных затрат: для нематериальных активов может потребоваться лишь дополнительная их регистрация (расширение возможности использования) на новые территории. Экспертиза в той или иной области, а также экономия от эффекта масштаба не сопровождается дополнительными затратами при осуществлении ПИИ.

Локальные специфические факторы для инвестора в России(2)

Локальные специфические факторы подразумевают собой преимущества для инвестора при формировании корпоративных образований на основе ПИИ в секторе производства товаров повседневного спроса в России по сравнению с другими странами, к ним относятся:

- сокращение необходимого объема инвестиций (выраженных в стабильной валюте) при выходе на рынок через поглощение по сравнению с докризисным периодом;
- возможность использования потенциала бизнеса, расположенного в России, не только для импортозамещения на российском рынке, но и в качестве экспортера продукции в близлежащие страны;
- возможность существенного роста доли рынка в кризисный период;
- отсутствие барьеров по отношению к иностранным брендам или компаниям. В ряде случаев доверие к иностранным брендам даже выше, чем к локальным;
- большая емкость рынка (более 140 млн. потребителей и, несмотря на временные сложности в экономике, сохраняет свою привлекательность в долгосрочной перспективе)

Нивелирование рисков и/или работа над акцентированием преимуществ «захода» на российский рынок на данном этапе со стороны государства или регионов, заинтересованных в привлечении инвестиций (включая поиск инвесторов под конкретные предприятия), может привести к изменению негативной динамики оттока ПИИ.

Факторы интернализации(3)

Преимущества интернализации подразумевают собой ту выгоду, которую получит компания, размещая производство товаров повседневного спроса и организуя цепочку сбыта в России по сравнению с вариантом импортирования продукции. В работе были выявлены следующие **преимущества интернализации**:

- более низкая стоимость производства в России;
- снижение валютных рисков в случае локализации производства;
- территориальная близость к потребителю;
- отсутствие необходимости уплаты пошлин на ввоз товаров;
- снижение политических рисков эмбарго и др.

В работе приведена оценка преимущества компании инвестора от интернализации производства. Приведенные расчеты и выводы позволяют утверждать, что локализация производства товаров повседневного спроса в России позволяет сэкономить более 13,9% от себестоимости продукции произведенной в России.

Анализ трех групп факторов демонстрирует, что в сложившихся условиях осуществление ПИИ в российский сектор производства товаров повседневного спроса целесообразно. Это означает, что иностранные компании производители товаров повседневного спроса имеют определенные преимущества по сравнению с локальными игроками и могут их эксплуатировать на российском рынке.

4. Предложена методика создания корпоративных образований на основе ПИИ, отражающая интересы иностранного инвестора в секторе производства товаров повседневного спроса.

Определены, обобщены и структурированы факторы, влияющие выбор способа осуществления ПИИ иностранными компаниями в российский сектор производства товаров повседневного спроса в сложившихся экономических условиях. В рамках выбранной теории, касающейся выбора способа формирования корпоративных образований на основе ПИИ, проанализированы случаи осуществления ПИИ в российский рынок производства товаров повседневного спроса такими компаниями как Unilever, Heinz и другими международными компаниями, таблица 1.

Таблица 1. Способ выхода на рынок некоторых международных компаний, являющихся производителями товаров повседневного спроса на Российском рынке.

Компания	Категории	Способ выхода на рынок (в разных категориях)
Colgate-Palmolive	зубные щетки, уход за полостью рта, уход за телом, корма для животных	Создание нового предприятия
Johnson&Johnson	косметические продукты для лица и тела, средствами личной гигиены, фармацевтические товары, медицинские изделия	Нет информации
Nestle	кондитерская продукция, кофе, бакалея, детское питание, минеральная вода, мороженое, корма для животных	Создание нового предприятия, поглощение
Henkel	моющие и чистящие средства, косметика, средства личной гигиены, клеи, строительные смеси	Нет информации
Louis Vuitton Moet Hennessy SA	вина и крепкие алкогольные напитки, парфюмерия и косметика	Нет информации
Procter & Gamble	моющие и чистящие средства, косметика, средства личной гигиены	Создание нового предприятия
Reckitt Benkiser	чистящие средства, товары для здоровья, средства личной гигиены	Нет информации
Unilever	чай, бакалея, мороженое, чистящие средства, средства гигиены	Создание нового предприятия, поглощение
L'oreal	Средства по уходу за кожей, волосами, косметика	Создание нового предприятия

Источник. Составлено автором

На основе глубокого анализа выхода компании Unilever на российский рынок мороженого и компании Heinz на российский рынок кетчупов были выделены более специфичные для рынка производства товаров повседневного спроса факторы, влияющие на выбор способа выхода на новый рынок (поглощение российской компании, создание нового предприятия), а также предложена методика определения данного способа.

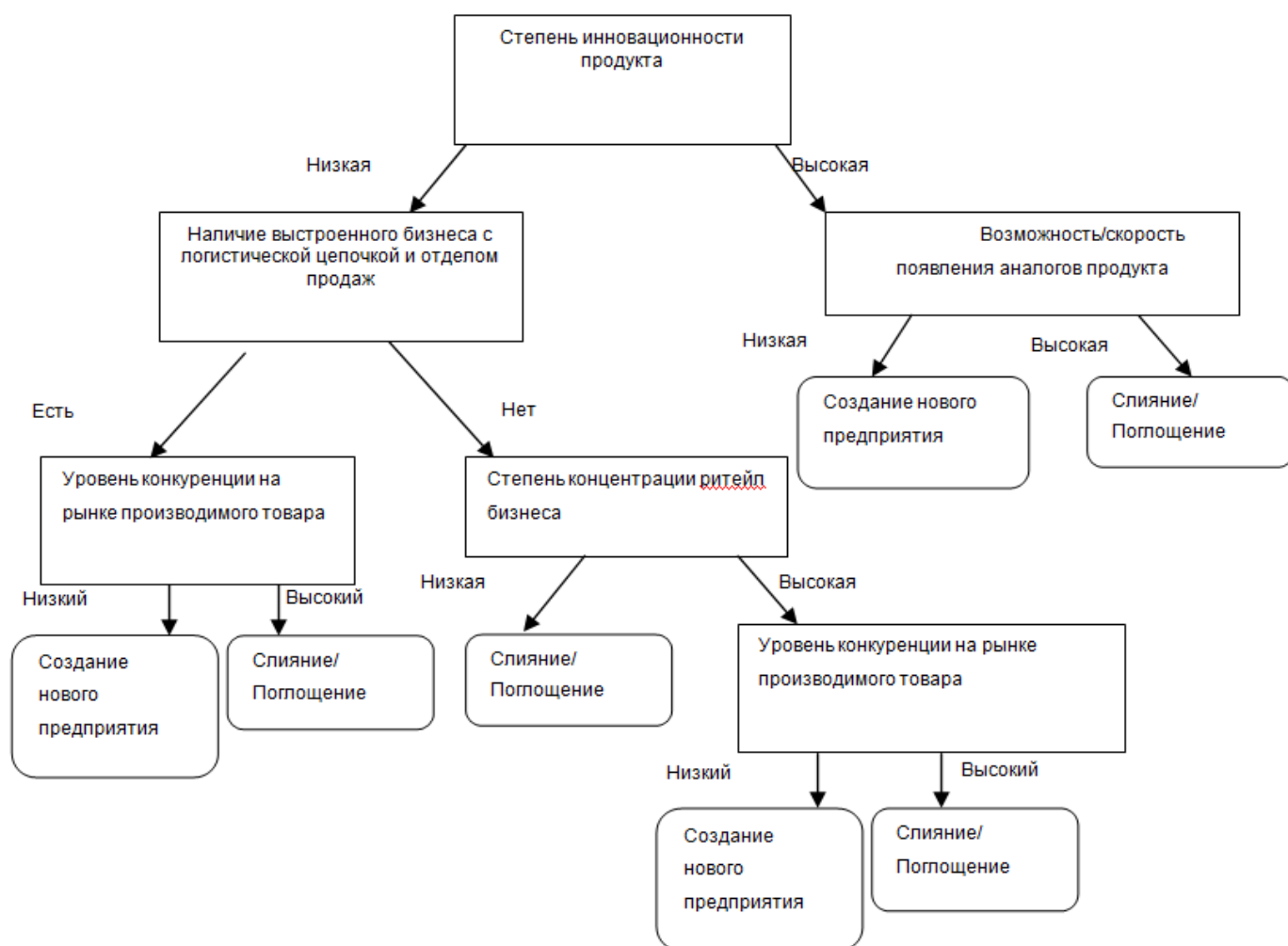
Рассмотренные через призму теории Brouthers и Hennart примеры выхода иностранных компаний на российский рынок производства товаров повседневного спроса позволяют предложить рекомендации по способу выхода на рынок в зависимости от экзогенных факторов:

- уровень конкуренции на рынке производимого товара;
- наличие выстроенного бизнеса с логистической цепочкой и отделом продаж, которые могут быть применимы для нового направления;
- степень концентрации ритейл бизнеса;
- характеристика продукта (при наличии такового), вывод которого на новый рынок рассматривается: степень инновационности продукта, а также возможность и скорость появления аналогов продукта.

Каждый из описанных факторов отдельно был рассмотрен в работе, и установлена логическая взаимосвязь между ними, позволяющая выбрать один из вариантов осуществления ПИИ (создание нового юридического лица, слияние, поглощение), рисунок 1.

Основным фактором является степень инновационности продукта, который планируется продвигать на российском рынке. Если продукт инновационный, и в краткосрочной и среднесрочной перспективе не предполагается появление аналогов, то наиболее целесообразным является выход на рынок через создание нового предприятия. Это обусловлено наличием времени на вывод продукта на рынок «с нуля», а также отсутствием необходимости переплаты за излишние активы, приобретаемые при сделке поглощения. Если же продукт инновационный, но в ближайшее время возможно появление аналогов, то имеется достаточно короткий период времени, в течение которого необходимо захватить лидерство на рынке и достичь максимальной узнаваемости бренда.

В данном случае основным фактором, влияющим на выбор способа формирования корпоративных образований, является скорость вывода продукта на рынок. Следовательно, поглощение локальной компании со смежным продуктом является оправданным шагом.



Источник: составлено автором.

Рисунок 1. Логическая схема принятия решения о выборе способа осуществления ПИИ с точки зрения иностранного инвестора.

Альтернативный сценарий необходимо рассмотреть, если выводимый на рынок продукт не инновационный и на рынке уже присутствуют аналоги или если своего продукта, который необходимо вывести на российский рынок, у компании инвестора нет в принципе. В таком случае следует понять, есть ли у компании инвестора выстроенная логистическая цепочка и выстроенная структура отдела продаж в России. В случае наличия данных активов следует рассмотреть уровень конкуренции на рынке. Если уровень конкуренции низкий, то есть возможность выводить продукт на рынок собственными силами без поглощения локальных игроков. В случае высокой конкуренции, приобретение локального игрока может быть оправдано, так как повысит переговорную силу, а также даст возможность ретировать представленные в магазинах продукты выбранного локального игрока на продукт, который необходимо вывести на рынок.

В случае если логистическая цепочка или отдел продаж не выстроены, целесообразно проанализировать степень концентрации ритейл бизнеса. Если концентрация достаточно низкая, то целесообразно выбрать способ формирования корпоративных образований на основе ПИИ через поглощение, так как построение полноценной логистической структуры и структуры отдела продаж займет достаточно продолжительный период времени.

Если же несколько крупных ритейл игроков занимают большую долю рынка в продажах выбранной категории продукции, то стоит рассмотреть уровень конкуренции на рынке выводимого продукта. При не очень высокой конкуренции в сегменте есть возможность вывести продукт на рынок через ключевые сети, ограничиваясь умеренными инвестициями. Если же конкуренция высокая, то инвестиции для вывода продукта на рынок, а также риски, которые инвестор при этом несет, будут высокими и более оправданным может быть приобретение локального игрока.

Таким образом, предложенная методика позволяет определить наиболее оптимальный способ формирования корпоративного образования в российском секторе производства товаров повседневного спроса на основе ПИИ с точки зрения иностранного инвестора. Предложенная методика является уникальной в российской и иностранной литературе с точки зрения комплексного подхода к анализу рассматриваемых факторов.

5. Предложена методика формирования корпоративных образований в секторе производства товаров повседневного спроса с позиций российских компаний.

На основе изучения различных способов привлечения ПИИ в российский сектор производства товаров повседневного спроса, предложена методика, позволяющая собственникам и менеджменту российской компании в секторе производства товаров повседневного спроса определить целесообразность формирования корпоративных образований с иностранным инвестором в зависимости от различных факторов и условий.

Методика предполагает выбор варианта развития компании за счет собственных/заемных средств или привлечения ППИ в зависимости от сложившейся конкуренции на рынке и наличия на нем ТНК, имеющих определенную долю рынка, потенциальной возможности появления аналогов товаров на рынке, наличия логистической цепочки и структуры продаж и др. факторов. основополагающим фактором является уровень конкуренции на рынке производимого товара, рис. 2.

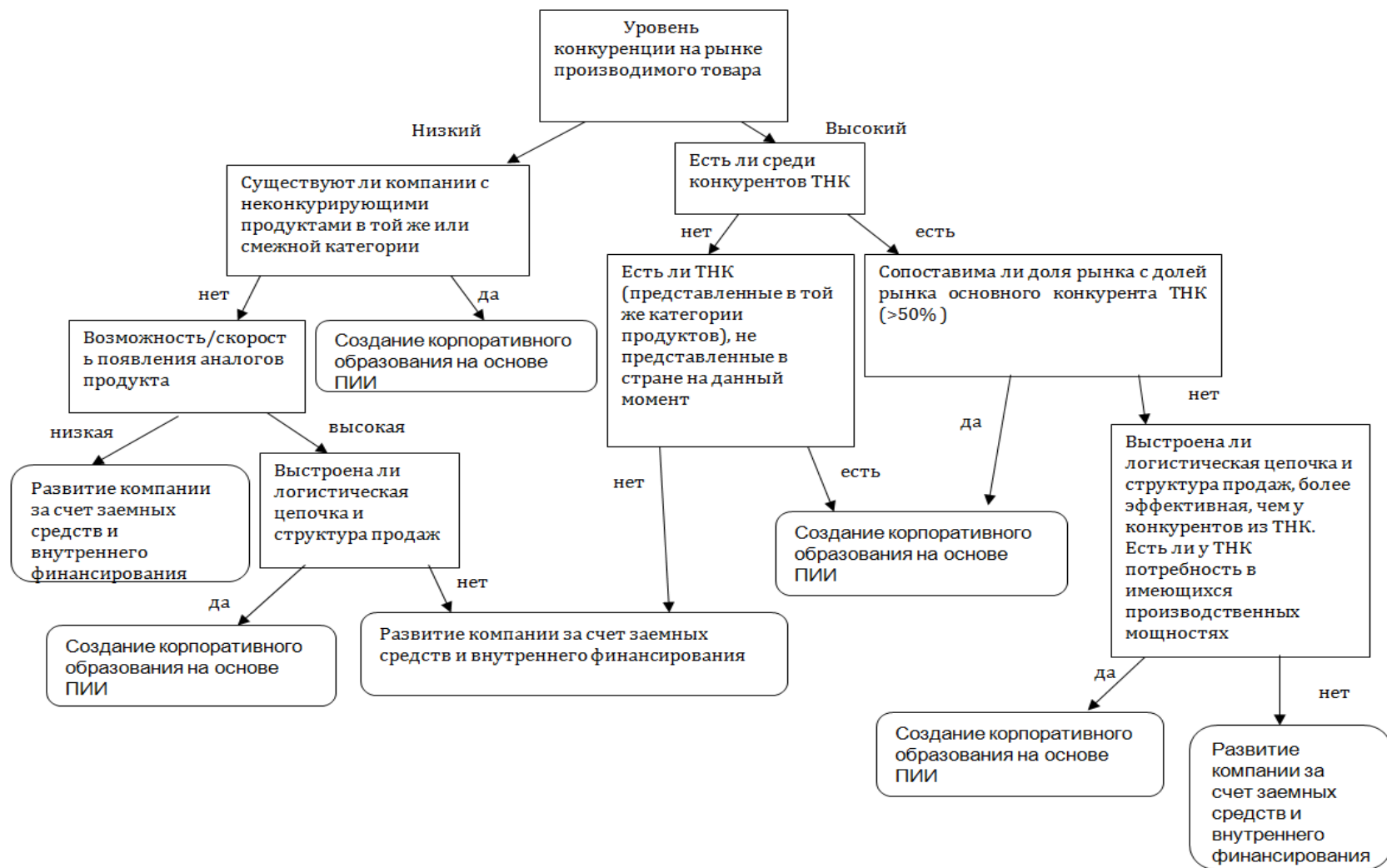


Рисунок 2 – Алгоритм выбора способа привлечения ПИИ и поиска инвестора производителем товаров повседневного спроса

При низкой конкуренции исследуется наличие на рынке компаний, производящих неконкурирующие продукты в той же или смежной категории. При наличии таких компаний рекомендуется создания корпоративных образований с иностранным инвестором. В случае отсутствия таких компаний необходимо исследовать возможность появления аналогов продукта на рынке, а также наличия логистической цепочки и структуры продаж. При высокой вероятности в ближайшем будущем появления аналогов товара и выстроенной логистики целесообразно создавать корпоративное образование с иностранным инвестором. При высокой вероятности появления аналогов продукта, но отсутствии выстроенной логистической цепочки, целесообразно развитие компании осуществлять за счет заемных средств и внутреннего финансирования. При низкой вероятности появления новых продуктов также целесообразно развивать компанию за счет за счет заемных средств и внутреннего финансирования.

Если есть высокая вероятность усиления конкуренции на рынке, то в случае наличия выстроенной логистической цепочки и структуры продаж есть возможность предложить формирование корпоративного образования прочим международным ТНК, так как в данном случае такой бизнес может стать диверсификацией основного бизнеса и развиваться отдельно от него.

Если же уровень конкуренции на рынке производимого продукта изначально высокий, то в первую очередь потенциальных партнеров для формирования корпоративного образования на основе ПИИ следует рассмотреть среди конкурентов.

Если среди конкурентов уже есть ТНК, то нужно оценить, какой ресурс, имеющийся у локальной компании, может быть интересен для потенциального инвестора. Например, если локальная компания занимает существенно меньшую долю рынка по сравнению с ТНК, обладает менее эффективной логистической цепочкой и структурой продаж, при этом ТНК не требуются производственные мощности, имеющиеся у локальной компании, то необходимо рассмотреть дальнейшее развитие за счет собственных средств, то ТНК не будет заинтересована в формировании корпоративного образования на основе ПИИ. В случае наличия хотя бы одного из указанных факторов, целесообразно обсуждение возможности формирования корпоративного образования на основе ПИИ.

Предложенная методика формирования корпоративных образований на основе ПИИ была использована для оценки возможности их создания с участием одной из компаний на российском рынке - ООО «СПЛАТ-КОСМЕТИКА».

Проанализированные данные позволяют сделать вывод, что формировать корпоративное образование на основе ПИИ в сегментах производства товаров по

уходу за волосами и по уходу за домом для компании нецелесообразно. В профильном же сегменте товаров по уходу за полостью рта и в частности в сегменте зубных паст, где на рынке существует более 5 крупных игроков, уровень конкуренции достаточно высокий, что позволяет рассмотреть возможность формирования корпоративного образования на основе ПИИ «СПЛАТ-КОСМЕТИКА». Потенциальными партнерами ООО «СПЛАТ-КОСМЕТИКА» по корпоративному образованию могут служить представленные на рынке игроки.

Для АО «Колгейт-Палмолив» образование корпоративного образования может служить укреплением позиций на рынке и захватом нового потенциально растущего сегмента рынка, а также появлением возможности локального производства зубных паст, что позволит нарастить производственные мощности.

Для ООО «Юнилевер Русь» формирование корпоративного образования с ООО «СПЛАТ-КОСМЕТИКА» может служить инструментом по увеличению присутствия на рынке, наращиванию сбыта продукции через канал аптеки и как следствие росту объемов производства.

Для «Др. Тайсс Натурварен Рус», АО «ГлаксоСмитКляйн Хелскер», ООО «Проктер энд Гэмбл», а также для производителей дистрибутируемой ими продукции формирование корпоративного образования с ООО «СПЛАТ-КОСМЕТИКА» может служить способом локализации производства, увеличения присутствия на российском рынке, а также диверсификации деятельности.

6. Предложен механизм формирования корпоративного образования на основе ПИИ в российском секторе производства товаров повседневного спроса, позволяющий оптимизировать временные и финансовые затраты в рамках существующего законодательства.

Проведенный анализ и изучение различных механизмов создания корпоративного образования на основе ПИИ позволили предложить способ, позволяющий с наименьшими затратами со стороны российской компании и западного инвестора привлечь инвестиции в сектор товаров повседневного спроса. В диссертации рассмотрены возможные способы создания корпоративных образований. Из всех возможных вариантов создания корпоративного образования (слияние, присоединение, поглощение, создания нового юридического лица - совместного предприятия) слияние и присоединение как потенциально возможные варианты не рассматриваются. Эти формы реорганизации связаны, в первом случае (слияние) с потерей статуса юридических лиц обоих участников реорганизации, а для международной компании и российских компаний своего бренда, имеющих лицензии и т.д. При реализации второго варианта

реорганизации присоединяемое общество также теряет статус юридического лица и право использовать имеющиеся лицензии.

Из рассмотренных вариантов способов создания корпоративного образования с привлечением ПИИ целесообразно использовать вариант поглощения через дополнительную эмиссию акций, проводимой российской компанией. В этом случае она получает инвестиции непосредственно на баланс общества, при этом таможенные пошлины отсутствуют, а НДС на ввозимое имущество минимизируется. Представляет интерес и вариант создания СП в форме общества с ограниченной ответственностью. Преимущества российской компании и инвестора сохраняются, как и в случае с приобретением акций российской компании в дополнительном выпуске ценных бумаг. Существенным недостатком такого варианта является сложности в процессе управления при приоритетном владении пакетами акций, что требует согласования дополнительных условий.

Рассмотрение этих способов создания корпоративного образования на основе привлечения ПИИ позволило предложить новый механизм на основе комбинации двух вариантов: создания в юрисдикции РФ нового юридического лица в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью с единственным участником-иностранным инвестором; последующее его присоединение в форме реорганизации к российской компании.

Такой механизм позволит использовать инвестиции непосредственно в производственную деятельность российской компании. В отличие от варианта поглощения компании через приобретение пакета акций, двухэтапный процесс создания корпоративного образования позволят избежать процедур добровольного и обязательного предложения акционерам российских компаний со стороны инвестора, так как процедура реорганизации в форме присоединения не предусматривает действие главы XI.1 ФЗ «Об акционерных обществах».

В таблице 2 приведены сравнительные затраты, связанные с эксплуатацией и созданием, корпоративного образования.

Анализ затрат, связанных с привлечением ПИИ в российский сектор экономики показывает, что предлагаемый механизм создания корпоративного образования, включающий двух этапный процесс привлечение ПИИ отличается от создания СП только на затраты, связанные с осуществлением процесса реорганизации в части оплаты размещения информации о проведении процесса реорганизации в Вестнике государственной регистрации. При этом российская компания получает в свои активы имущество, включая нематериальные активы.

Таблица 2 - Затраты, связанные с процессом создания корпоративного образования для привлечения ПИИ в российский сектор производства товаров повседневного спроса

Название показателя	обозначение	Способы создания			
		Поглощение на вторичном рынке	Поглощение через эмиссию	Создание СП	Комбинированный вариант
регистрационные затраты Ю.Л.	R_1	0	0	R_1	R_1
затраты, связанные с банковской гарантией	R_2	R_2	R_2	0	0
Таможенные пошлины	R_3	0	0	0	0
НДС при оплате денежными средствами	R_4	0	0	0	0
НДС при оплате имуществом	R_5	X	R_5	R_5	R_5
НДС при оплате акций/долей НА	R_6	X	R_6	R_6	R_6
Затраты связанные с процессом реорганизаций: Извещение в Вестнике дважды в течение месяца	R_7	0	0	0	R_7
Эксплуатационные затраты					
Ввоз имущества и НА	$\mathcal{E}_1$	$\mathcal{E}_1 = R_3 + R_4 + R_5 + R_6$	0	0	0
Передача активов в группе: налог на прибыль	$\mathcal{E}_2$	X	X	$\mathcal{E}_2$	X
Итого		$R_2 + R_3 + R_4 + R_5 + R_6$	$R_2 + R_5 + R_6$	$R_1 + R_5 + R_6 + \mathcal{E}_2$	$R_1 + R_5 + R_6 + R_7$

Источник: составлено автором

Устойчивость такого корпоративного образования намного выше, чем в случае создания СП, когда инвестор может выйти из участников, забрав внесенное имущество или его эквивалент стоимости в случае создания СП в форме ООО. Если организационно-правовая форма АО, то риски потери имущества, внесенного при создании СП, отсутствуют.

С учетом эксплуатационных затрат и минимизации рисков потери имущества при выходе иностранного партнера из корпоративного образования вариант создания, предусматривающий комбинацию двух вариантов: создания в юрисдикции РФ нового юридического лица в организационно-правовой форме общества с ограниченной ответственностью с единственным участником -

иностранным инвестором; последующее его присоединение в форме реорганизации к российской компании является лучшим из возможных вариантов привлечения ПИИ.

III. ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Работы, опубликованные в журналах, определенных ВАК Минобрнауки России:

1. Матвеев, Я.С. Анализ устойчивости рынка товаров повседневного спроса в России в условиях экономического кризиса 2015 года./ Я. С. Матвеев, А.Л.Носов // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция, - 2016 г., №1, с. 98-101

2. Матвеев, Я.С. Анализ роли инноваций на рынке товаров повседневного спроса в условиях экономического кризиса. / Я.С. Матвеев, А.Л. Носов // Экономика и предпринимательство. – 2016. - №4 (ч.1).- С. 228-230.

3. Матвеев, Я.С. Алгоритмы выбора формы создания корпоративных образований на основе прямых иностранных инвестиций в российском секторе производства товаров повседневного спроса/Я.С. Матвеев//Экономика и предпринимательство,2016.-№12(ч.2)[Электронный ресурс].- URL: <http://www.intereconom.com/archive/347.html>.- с. 1004-1009.

4. Матвеев Я.С. Анализ целесообразности формирования корпоративных образований на основе прямых иностранных инвестиций в российском секторе производства товаров повседневного спроса//ФЭС: ФИНАНСЫ.ЭКОНОМИКА. СТРАТЕГИЯ, 2016 .- №12.- с. 29-43.

Работы, опубликованные в других научных изданиях и журналах:

5. Матвеев. Я.С. Обусловленность формирования корпоративных образований на основе ПИИ в российском секторе производства товаров повседневного спроса: Сборник статей победителей II международной научно-практической конференции «Европейские научные исследования».- Пенза: Издательство: Наука и Просвещение.- 2017.- с. 74-76.

6. Матвеев. Я.С. "Практическое применение алгоритмов выбора формы создания корпоративных образований на основе прямых иностранных инвестиций в российском секторе производства товаров повседневного спроса: «Современные тренды развития механизмов управления корпорацией»: сборник статей по материалам международной науч.-практ. конф.[редкол.: науч. ред. д-р экон. наук, проф. Н.Ю. Псарева, д-р экон. наук, проф.З.Цекановский (Zbigniew Ciekanowski) (Польша), д-р тех. наук, проф. Ю.Н. Павлючук (Белоруссия), отв. за вып. канд. экон. наук, доц. О.Н. Кондрашина; под общ ред. д-ра экон. наук. проф. Н.Ю. Псаревой], - М.:ИИЦ «АТиСО», 2017;

7. Матвеев. Я.С. Рынок товаров повседневного спроса как драйвер роста нормы потребления населения: Социально-экономические механизмы управления в условиях кризиса: сборник статей по материалам международной науч-практ. конф.[редкол.: науч. ред. д-р экон. наук, проф. Н.Ю. Псарева, д-р экон. наук, проф.З.Цекановский (Zbigniew Ciekanowski) (Польша), д-р тех. наук, проф. Ю.Н. Павлючук (Белоруссия), отв. за вып. канд. экон. наук, доц. О.Н. Кондрашина; под общ ред. д-ра экон. наук. проф. Н.Ю. Псаревой] (часть2), - М.:ИИЦ «АТиСО», 2016.- С. 6-14.

8. Матвеев. Я.С. Оценка необходимости и методов привлечения прямых иностранных инвестиций для развития FMCG-отрасли в текущей экономической парадигме: «Государственно-частное партнерство как фактор устойчивого развития экономики»: сборник статей/науч. ред... д.э.н. проф. Н.Ю Псарева, д-р экон. наук, проф.З.Цекановский (Zbigniew Ciekanowski) (Польша), отв. за вып. канд. экон. наук, доц. О.Н. Кондрашина.- М.:ИИЦ «АТиСО», 2015.- С. 232-236