

СЕКЦИЯ 2

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ И МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 664 : 330.322.011

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РФ

О.Ю. Толкаченко¹

¹Тверской государственный университет, г. Тверь, Россия

Значительная часть пищевой промышленности России сосредоточена в руках транснациональных корпораций, что является прямой угрозой продовольственной безопасности страны, а также негативно отражается на национальной экономике. Одним из путей выхода из этой проблемы является создание агропромышленных парков в субъектах РФ.

Ключевые слова: *иностраннный инвестор, прямые инвестиции, инвестиционная привлекательность, агропромышленный парк, сельскохозяйственный кооператив.*

В связи с продолжающейся нестабильностью экономического положения Российской Федерации многие ведущие экономисты связывают будущее нашей страны с привлечением в широких масштабах в российскую экономику иностранных инвестиций, что преследует долговременные цели создания в России цивилизованного общества, характеризующегося высоким уровнем жизни населения. Трудно поверить, что иностранные инвестиции помогут поднять экономику нашей огромной страны. Но с другой стороны, они могут послужить стимулом, катализатором развития и роста внутренних инвестиций. Приток зарубежных капиталовложений жизненно важен для достижения таких целей, как выход из современного кризисного состояния, начальный подъем экономики. При этом российские общественные интересы не совпадают с интересами иностранных инвесторов, следовательно, важно привлечь капиталы так, чтобы не лишить их владельцев собственных мотиваций, одновременно направляя действия последних на благо общественных целей. Несовпадение интересов иностранных инвесторов и государства особенно проявляется в пищевой промышленности РФ.

Значительная часть пищевой промышленности России сосредоточена в руках транснациональных корпораций, которые контролируют розничные цены на продукты питания и закупочные цены на сельскохозяйственное сырье.

Из 100 крупнейших экономик в мире, 52 - это транснациональные корпорации, остальные – это государства, причем свыше 2/3 внешней торговли и около половины мирового промышленного производства приходится на ТНК. Большую часть товаров, которые мы приобретаем, производят лишь десять наиболее влиятельных мировых корпораций: Nestle S.A., Cargill, Inc., PepsiCo Inc., Kraft Foods Inc., Coca-Cola, Kellogg's, P&G, Mars Inc., General Mills Inc., Unilever. Совокупные доходы этих корпораций превышают объемы ВВП большинства стран мира, составляя порядка 4,2 трлн долларов (для сравнения: расходная часть бюджета лидера европейской экономики – Германии в 2011 году составила 305, млрд евро, что примерно составляет 438 млрд долларов) [4].

ТНК контролируют примерно 80% технологических нововведений и ноу-хау. Под контролем ТНК находятся отдельные товарные рынки: 90% мирового рынка пшеницы, кофе, кукурузы, леса, табака и железной руды; 85% - рынки меди и бокситов; 80% - рынка чая и олова, 75% - рынка сырой нефти, натурального каучука и бананов.

Доля иностранного капитала в пищевой промышленности РФ уже составляет 60% и продолжает устойчиво расти.

В большинстве подотраслей российского рынка продуктов питания и напитков наибольшая доля рынка принадлежит иностранным корпорациям. Так, почти 60% рынка переработки молока, более 70% рынка соковой продукции, порядка 80% рынка замороженных овощей и фруктов, 90% рынка плодоовощной консервации, более 80% рынка пивоварения контролируются иностранными инвесторами. Отечественные компании пока сохраняют лидерство на рынках мясопереработки и хлебобулочных изделий, однако в данных сегментах также прослеживается общий для всех подотраслей тренд – поглощение мелких компаний крупными корпорациями, в том числе – западными [3].

Почти 60% российского рынка переработки молока в денежном выражении принадлежит двум корпорациям – PepsiCo и «Danone-Юнимилк». Причем большинство торговых марок иностранных корпораций на российском рынке имеют маркетинговую легенду, целью которой является создание у российского потребителя образа «отечественного» бренда. Торговые марки: «Чудо», «Домик в деревне», «Веселый молочник», «33 коровы», «Агуша», «Здрайверы», «БИОМАХ», «Имунеле», «Кубанская буренка», «Обнинский молочный завод», «Ламбер», «Фругурт», «Мажитель» контролируется PepsiCo; а торговые марки «Простоквашино», «Актуаль», «БИО-баланс», «Летний день», «Петмол», «Тема», «Смешарики», «Для всей семьи», «Активиа», «Данакор», «Даниссимо», «Растишка» - компанией Danone.

Более 70% рынка российской соковой продукции принадлежит 2-м западным корпорациям – PepsiCo и Coca-Cola. Coca-Cola контролирует следующие торговые марки, выпускающие соки: Rich, Niso, «Добрый»,

«Моя семья», «Сокос», «Чемпион», «Да!», «Каприз», а PepsiCo – «J7», «Любимый сад», «Чудо-ягода», «GOLD» (это торговые марки, выпускаемые компанией «Вимм-Биль-Данн») и «Долька», «Я», «Привет», «Северная ягода», «Тонус», «Тропикана», «Фруктовый сад», «Туса Джуса», выпускаемые компанией «Лебедянский».

Более 80% рынка пива в России принадлежит западным компаниям. Абсолютным лидером рынка является концерн Carlsberg, владеющий заводами «Балтика», которому принадлежит 37,4% данного сегмента рынка пищевой промышленности. 11,7% приходится на компанию Heineken, которая владеет такими торговыми марками, как «Бочкарев», «Пит», «Степан Разин», «Охота», «Три медведя», «Доктор Дизель», «Шихан», «Седой урал», «Окское», «Жигулевское», «Патра», «Стрелец», «Остмарк», «Вольная Сибирь», «Амур Пиво», «Берег Байкала», «Русич», «Крепкое», «Золотое», «Калинкин», «Heineken».

Российский рынок замороженных овощей и фруктов также на 80% контролируется иностранными компаниями. Лидерами в этом сегменте являются польские компании: NOTREX, Oerlemans, HORTINO, на их долю приходится 60% рынка замороженных овощей и фруктов. С учетом завозимых из-за рубежа свежих овощей, которые в дальнейшем замораживаются на территории России, доля иностранных компаний на российском рынке еще выше.

Рынок овощной консервации фрагментирован, при этом порядка 90% объема рынка также принадлежит иностранным компаниям. Основными компаниями являются: Bonduelle (16%), BEPEC (6%), Corrado (4%), «Дядя Ваня» (3%).

Ситуация на рынке мясопереработки несколько иная. Во-первых, в России он сильно фрагментирован. Лидерами рынка являются отечественные предприятия, доля рынка каждого из которых составляет 1-6% в совокупном объеме рынка. Из иностранных игроков можно выделить московскую компанию «Кампомос», принадлежащую финской Atria. По прогнозам отраслевых экспертов, в ближайшем будущем прогнозируется консолидация рынка крупными игроками, в том числе возможно иностранными.

На рынке хлебобулочных и кондитерских изделий преобладают отечественные производители. У иностранных игроков наиболее крупные и конкурентоспособные предприятия. Единственная иностранная компания, представленная на этом сегменте – Fazer (13,5%), ей принадлежит отечественная компания ОАО «Хлебный дом».

Таким образом, в большинстве отраслей российского рынка лидируют иностранные компании. Это объясняется высокой инвестиционной привлекательностью российского рынка пищевой промышленности. Можно выделить следующие факторы, влияющие на

интерес иностранных корпораций к российскому рынку продуктов питания:

1. Население РФ составляет примерно 146 млн. человек, тогда как, например, в Германии - 80 млн., а Франции - 64 млн., поэтому российский рынок продовольствия является одним из самых перспективных в мире для поставки продуктов питания;

2. Россия не обеспечивает себя собственным производством, являясь одним из крупнейших импортеров продуктов питания из мировой корзины: годовой объем импорта РФ продовольствия и сельскохозяйственного сырья оценивается в 42,5 млрд долларов;

3. Россия является уникальной страной для размещения производств пищевых продуктов с точки зрения обеспеченности сырьевой базой: на территории РФ сосредоточено 55% черноземных почв мира, 20% мировых запасов пресной воды и 10% мировых пахотных земель;

4. В России самый низкий среди государств «большой восьмерки» и стран BRIC налог на прибыль, что увеличивает привлекательность для зарубежных инвесторов;

5. Иностранные компании успешно конкурируют с отечественными за счет эффективных технологий, доступа к долгосрочному капиталу, продуманной стратегии, огромных маркетинговых бюджетов, большого опыта работы, качественной логистики и портфеля брендов, грамотного менеджмента, поддержки экспансии со стороны своих государств, немалым лоббистским ресурсом.

Поэтому, как только на российском рынке появляется сильное отечественное производство или бренд, пользующийся популярностью у потребителя, они сразу скупаются иностранными корпорациями. К последним крупнейшим сделкам ТНК на российском рынке продуктов питания и напитков относится: приобретение PepsiCo «Вимм-Биль-Данн» за 5,4 млрд долларов; создание совместного предприятия «Danone-Юнимилк» (Danone выплатил акционерам «Юнимилка» 120 млн евро за контроль в 57,5% долей в новом совместном предприятии); приобретение PepsiCo ОАО «Лебедянский» - за 75,53% акций было заплачено 1,4 млрд долларов; приобретение Coca-Cola завода «Нидан» за 276 млн долларов; приобретение Unilever ЗАО «Балтимор-Холдинг» за 40 млн долларов.

На данный момент иностранные корпорации уже полностью контролируют целый ряд важнейших подотраслей пищевой промышленности России, что является прямой угрозой продовольственной безопасности страны, а также негативно отражаются на национальной экономике. Наибольший ущерб от монополии транснациональных корпораций на рынке продуктов питания несут отечественные сельхозтоваропроизводители, как поставщики сырья для предприятий перерабатывающей промышленности[1].

По нашему мнению, для решения данной проблемы необходимо развивать в стране сельхозкооперацию, которая во всем мире является мощным оружием защиты фермеров от монополии ТНК, а также разрабатывать собственный федеральный бренд. Предпосылками развития кооперации является: наличие экономической угрозы (например, появление дешевого импорта или сокращение экспорта, голод в стране, постоянное снижение урожайности/производительности и т.д.), наличие в стране харизматического лидера, который будет продвигать идею кооперации.

Основная функция кооперативов – защита интересов их членов и усиление рыночной позиции при продвижении их продукции. Во всех странах созданы ассоциации, курирующие развитие кооперативов в стране, продвигающие интересы национальных кооперативов на международном уровне услуги фермерам.

Для России таким решением может стать создание агропромышленных парков в субъектах РФ, формируемых по модульному принципу, исходя из потребностей региона в перерабатывающих мощностях[2].

Агропромышленный парк может включать: элеваторы и склады, блоки переработки молока, бойни и мясопереработка, переработка зерна, переработка овощей и комбинат социального питания. Также в агропромышленный парк могут войти: региональное представительство единой сбытовой сети, учебный комбинат, бизнес-центр, представительства производителей сельскохозяйственной техники, удобрений, центр сервисного обслуживания сельхозтехники и МТС, мощности по хранению и упаковке.

В результате внедрения агропромышленного парка ожидается обеспечение достаточным количеством сырья в радиусе 100 км, баланс производства и переработки сельскохозяйственной продукции в регионе, спрос на продукцию агропромышленного парка как на региональном, так и федеральном уровне.

Список литературы:

1. Барютин Л.С. Управление техническими нововведениями в промышленности. - Л.: Изд-во ЛГУ, 1990.
2. Тебекин А.В. Формирование модели инновационного развития экономики. – М.: Риалтекс, 2008.
3. Толкаченко Г.Л., Толкаченко О.Ю. К вопросу о принятии управленческих решений по повышению инвестиционной привлекательности фирмы // Вестник Тверского Государственного Университета.- Тверь. 2011. №24. с. 85-92.
4. Толкаченко О.Ю. Управление инвестиционной привлекательностью фирмы. Тверь: Тверской государственный университет, 2012 г. 132 с.

TO THE QUESTION ABOUT THE DEVELOPMENT OF THE FOOD INDUSTRY OF THE RUSSIAN FEDERATION

O.Y. Tolkachenko¹

¹Tver State University, Tver, Russia

Significant part of the food industry in Russia is concentrated in the hands of transnational corporations, which is a direct threat to food security in the country, as well as a negative impact on the national economy. One of the ways out of this problem is the creation of agro-industrial parks in the RF subjects.

Keywords: foreign investor, direct investment, investment attractiveness, agro-industrial park, an agricultural cooperative.

Об авторе:

ТОЛКАЧЕНКО Оксана Юрьевна, доцент кафедры экономики и управления производством Тверского государственного университета,
deputy.dean.ec@mail.ru

About the authors:

TOLKACHENKO Oksana Yurievna, associate Professor of the Department of economics and production management of Tver state university,
deputy.dean.ec@mail.ru