

Государственный Университет – Высшая Школа Экономики
Факультет Экономики

Исследовательская работа

по курсу «Институциональная экономика»

на тему (№9):

«Вход иностранного автопроизводителя на российский рынок: собственное производство или совместное предприятие?»

Подготовили: Власова Екатерина
Григорьев Богдан
Кочемировский Виктор

Группа: 310

Преподаватели: Юдкевич М.М.
Подколзина Е.А.

Москва, 2009

Аннотация

Принимая решение о входе на зарубежный рынок, иностранный производитель имеет возможность выбирать из широкого ряда возможных форм организации нового предприятия. В данной работе на примере сборки легковых автомобилей в России исследуется процесс выбора между двумя такими формами: полностью собственным производством и совместным предприятием с местным производителем.

Исследователи проблемы входа выдвигали различные подходы к ее анализу, и в данной работе осуществлен синтез нескольких таких подходов. Принятие решения о входе формализуется в рамках математической модели, учитывающей транзакционные издержки, характер институтов, а также уровень доверия к российскому партнеру. На основе базовой предпосылки о невозможности предотвратить оппортунистическое поведение российского партнера и наказать его за такое поведение делается вывод о выборе в пользу организации собственного производства. Полученные результаты иллюстрируются примерами из российской практики.

Оглавление

Введение.....	4
Обзор литературы	5
Модель.....	9
Заключение	17
Список литературы	18

Введение

В связи с ростом спроса на новые развивающиеся рынки приходит все больше иностранных компаний. Организационные формы их входа могут значительно варьироваться: от контракта с местным дистрибутором на поставку продукции до открытия собственного завода. В последние годы появляется все больше исследований на тему того, какие факторы определяют решение компании о форме входа.

Ярким примером развивающегося рынка, ставшего объектом пристального внимания иностранных компаний, является российский рынок легковых автомобилей. В последние годы многие автопроизводители либо уже открыли производство в России, либо заявили о таком намерении. В данной работе будут рассмотрены решения автопроизводителей об открытии в России сборочных заводов, хотя вход на иностранный рынок может также подразумевать и другие решения, например, в области организации дистрибуции и снабжения комплектующими. Предполагается, что иностранные компании рассматривают две формы входа: открытие полностью собственного завода либо организацию совместного предприятия с российским производителем, имеющим собственные сборочные мощности.

Большинство производителей, принявших решение о входе на российский рынок, выбрали открытие собственного производства. На сегодняшний день в России имеется только один пример совместного предприятия с российским производителем, а именно – СП «GM-Автоваз». Как будет показано ниже, организация совместного предприятия обладает существенными недостатками. Тем не менее, эта форма входа требует меньших инвестиций и может обеспечить более легкую адаптацию иностранного производителя к российским условиям: совместные предприятия могут рассчитывать на поддержку государства. Поэтому главный вопрос, на который пытаются ответить авторы в данной работе, можно сформулировать так: что побуждает иностранные компании делать выбор в пользу строительства собственного сборочного завода, а не организации совместного предприятия с российским производителем?

В следующем разделе проводится обзор научных статей, рассматривающих формы международного сотрудничества. В разделе 3 строится формальная модель, описывающая принятие решения иностранной компанией о входе на российский рынок, которая иллюстрируется фактическими данными. В последнем разделе охарактеризованы результаты исследования.

Обзор литературы

Yiu and Makino (2002), придерживаясь институционального подхода в своей работе, выделяют три других направления теории выбора многонациональными компаниями организационной формы для входа на зарубежный рынок: анализ с точки зрения транзакционных издержек, теория корпоративной стратегии и теория обучения.¹ В данной работе внимание будет сосредоточено на транзакционных издержках (Anderson and Gatignon, 1986; Hennart, 1988) и институциональных факторах (Yiu and Makino, 2002). Кроме того, в анализ будет введен фактор доверия между партнерами, рассмотренный в статьях Madhok (1995) и Arino et al. (2001). Ниже мы приводим краткий обзор указанных статей.

Anderson, Gatignon (1986) систематизируют основные выводы разных направлений теории выбора оптимальной формы входа компании на зарубежный рынок. Придерживаясь подхода транзакционных издержек и критерия долгосрочной эффективности, авторы выделяют условия оптимального функционирования различных организационных форм.

Основная идея статьи заключается в том, что от степени контроля компании над зарубежным предприятием положительно зависит ее способность извлекать из него выгоду, но сильный контроль предполагает и более высокую ответственность, риск и затраты, меньшую гибкость компании. Возникает проблема компромисса, центральная в теории выбора формы входа. Основной раздел статьи посвящен анализу с точки зрения транзакционных издержек оптимальности различных по степени контроля организационных форм в разных ситуациях. Авторы выделяют четыре фактора, определяющих оптимальную степень контроля компанией зарубежного предприятия:

- *Специфичные активы*. Высокий уровень контроля более эффективен для сложных и специфичных технологий, специфичных товаров, товаров для конкретного потребителя.
- *Внешняя неопределенность*. Определяя этот фактор широким понятием «страновой риск», авторы рассматривают его лишь вместе со специфичностью активов и технологии. Так, чем выше риск, тем выше влияние специфичности активов на уровень контроля.
- *Внутренняя неопределенность* возникает, когда компания не может адекватно оценивать деятельность своих агентов, измеряя выпуск, что приводит к необходимости более сильного контроля. Однако отсутствие у компании опыта ведения дел за рубежом может негативно сказаться на общей эффективности контроля, поэтому его степень

¹ Наиболее широкий, хоть и неполный обзор литературы по теме содержится в (Zhao and Decker), где рассматриваются также модель стадий развития, модель процесса принятия решений, модель собственности, расположения и интернализации, а также подход с точки зрения теории организации.

должна соотноситься с международным опытом компании. Высокие социокультурные различия делают слабый или сильный контроль лучше, чем умеренный, а с развитием бизнес-сообщества в принимающей стране происходит проникновение туда иностранной культуры и падает необходимость сильного контроля.

- Чем выше стоимость бренда и популярность компании, тем более эффективны формы с сильным контролем, так как они не оставляют зарубежному предприятию возможности *фрирайдинга* – злоупотребления статусом торговой марки.

Hennart (1988) использует теорию транзакционных издержек, чтобы найти причины создания совместных предприятий (СП) в противовес заключению контрактов. Автор описывает необходимые и достаточные условия формирования СП, анализируя две характеристики, определяющие их как организационную форму: управление через долю в капитале, а не контракты, и совместное, а не единоличное владение предприятием.

Автор считает, что стремление компаний обойти провал на одном из промежуточных рынков, связанный с высокими транзакционными издержками, заставляет их выбирать управление через долю в капитале, а не контракты. Так, рынок *сырья и материалов* может быть неэффективен из-за специфичности товаров (автокомпоненты для конкретной модели), а наличие не патентуемого *неявного знания* (опыт в организации бизнеса), воплощенного в фирме в целом, сужает возможности контрактов. В случае с *дистрибуцией* иерархия решает две проблемы: оппортунизм сторон при неравном положении на рынке и сложность поддержания торговой марки при проблеме кооперации среди дистрибуторов. Наконец, молодым и исследовательским фирмам сложно привлечь *заемный капитал* (нет залога; затруднен эффективный контроль) – проблему решает приобретение крупной фирмой доли в капитале должника: она приобретает и контроль, и доступ ко всей информации.

При анализе характеристики выбора совместного, а не единоличного владения предприятием автор различает СП двух типов: *scale* и *link*. *Scale*-СП образуются в ходе выполнения компаниями симметричных стратегических шагов и позволяют интернализировать провалы смежного рынка. Необходимое условие *scale*-СП – большая отдача от масштаба на смежном рынке: поодиночке компании не смогут обеспечить эффективное использование нового предприятия. *Link*-СП позволяют интернализировать провалы на нескольких промежуточных рынках и образуются, если фирмы преследуют разные цели, но каждая нуждается в специфичных активах другой. Выбор СП обуславливается двумя условиями. Во-первых, активы специфичны: отдельное их приобретение невозможно, но поглощение всей компании вызовет проблемы с

управлением. Во-вторых, они обладают свойствами общественных благ: создание новых активов вызовет большие затраты, чем дополнительное использование существующих.

Yiu and Makino (2002) в своей работе выделяют основные институциональные факторы, влияющие на выбор формы входа компании на иностранный рынок и проверяют выдвинутые гипотезы на выборке 364 японских компаний. Не отвергая выводов теории транзакционных издержек, авторы утверждают, что выбор формы входа является не только и не столько независимым решением по минимизации издержек, сколько реакцией компании на внешнее и внутреннее давление. Так, с одной стороны, компании нуждаются в легитимации их решения в институциональной среде принимающей страны, воплощенной в регулятивных ограничениях и социальных нормах, а с другой стороны, это решение принимается менеджерами в соответствии с их когнитивными моделями, которые формируются под влиянием предшествующих решений фирмы и ее конкурентов.

Авторы формулируют несколько гипотез, каждая из которых позже находит подтверждение при тестировании на эмпирических данных. Как было установлено и другими авторами, с точки зрения теории транзакционных издержек, специфичность активов отрицательно влияет на вероятность выбора СП; то же самое можно сказать об опыте компании на зарубежном рынке. С институциональной точки зрения, чем жестче регулятивные рамки и социальные нормы принимающей страны, тем выше вероятность формирования СП, поскольку давление на новую компанию будет сглажено за счет участия местного партнера. Наконец, при принятии решений менеджеры будут ориентироваться на ранее принятые решения, и вероятность выбора ими СП в данной стране будет тем выше, чем, с одной стороны, выше доля конкурентов компании, поступавших аналогично ранее, и, с другой стороны, чем чаще сама компания в прошлом поступала так.

Madhok (1995) дополняет подход к анализу совместных предприятий, основанный на праве собственности, подходом, основанным на доверии между партнерами. Уровень доверия автор понимает как субъективную вероятность отсутствия оппортунистического поведения со стороны партнера. Автор выделяет два аспекта доверия: структурный и социальный. Структурный аспект, понимаемый автором как потребность партнеров в ресурсах друг друга и наличие возможностей для синергии, является необходимым условием возникновения совместного предприятия, в то время как для продолжения сотрудничества крайне важна социальная компонента, определяемая как «качество отношений» - уверенность партнеров друг в друге.

Какую роль социальные аспекты доверия играют в анализе совместных предприятий? Во-первых, наличие доверия между партнерами делает совместное предприятие более «гибким» в том смысле, что распределение выгод может меняться от периода к периоду. Главное, чтобы оба партнера рассматривали отношения как в целом и целом справедливые и были уверены, что если сегодня они получили меньше, то завтра получают больше. В связи с этим совместное предприятие становится более стабильным, так как возникает меньше поводов для конфликтов. Во-вторых, чем выше доверие, тем ниже необходимость в формальном контроле, то есть высокий уровень доверия к партнеру является субститутутом для доли в собственности. Роль доверия как инструмента контроля особенно возрастает в условиях неопределенности, когда стороны располагают меньшими средствами для мониторинга.

Автор отмечает, что создание доверия – процесс долгий и требующий значительных вложений; тем не менее, хорошие отношения между партнерами сулят серьезные выгоды: они уменьшают риск оппортунистического поведения и соответственно издержки мониторинга, способствуют обмену информацией между партнерами и позволяют извлечь большую выгоду из совмещения взаимодополняемых ресурсов.

Статья (Madhok, 1995) оказала серьезное влияние на направления исследования международной кооперации и заставила исследователей более внимательно отнестись к концепции доверия. Так, Arino et al. (2001) рассматривают, какие факторы влияют на «качество отношений» в международных альянсах (под альянсом авторы понимают самые разные формы кооперации – от простого контракта до совместного предприятия). Авторы выделяют три группы факторов на разных стадиях сотрудничества: (1) первоначальные (предконтрактные) условия (2) впечатления от взаимодействия с партнером в ходе сотрудничества и (3) деятельность партнера вне рамок альянса. В данной работе нас интересует лишь выбор формы сотрудничества, поэтому имеет смысл остановиться подробно лишь на «первоначальных условиях». Они включают в себя, прежде всего, предыдущий опыт совместной работы с данным партнером. Если такового нет, то приобретают значение другие факторы: отрасль, в рамках которой действует партнер; национальные предрассудки; мнение об институтах страны партнера; репутация партнера; впечатление о партнере во время переговоров о начале сотрудничества. Важно отметить, что при формировании доверия определяющую роль играют не объективные характеристики компании, а восприятие их партнером, которое может быть крайне субъективным.

Модель

За последнее десятилетие существенно возросло количество предприятий иностранных автопроизводителей по сборке легковых автомобилей на территории России. Так, свои заводы открыли или планируют открыть Renault² (Москва, 1998), GM³ (Тольятти, 2002; СПб, 2008), Ford⁴ (Всеволожск, 2002), Volkswagen⁵ (Калуга, 2007), Toyota⁶ (Санкт-Петербург, 2007), Nissan^{7,8} (СПб, 2009), Suzuki⁹ (СПб, 2010?), Hyundai¹⁰ (СПб, 2010?), Peugeot Citroen и Mitsubishi¹¹ (Калуга, 2011). Лишь в 4 случаях из 12 соответствующие предприятия не целиком принадлежат иностранным компаниям и среди них только одно является объединением иностранцев с российским автопроизводителем. Так, в 2002 году GM и «Автоваз» открыли совместное производство под брендом Chevrolet-Niva. Вместе с двумя компаниями, доли которых составили по 41.5%, в проекте 17% долей участвовал ЕБРР.¹² Поскольку примеру GM не последовала после ни одна зарубежная компания, целью настоящей работы является анализ причин такого поведения автопроизводителей.

Заметим также, что иностранные компании сотрудничают с российскими, заключая лицензионные соглашения на сборку своих моделей на их мощностях, однако отношения такого рода в рамках данной работы не будут нас интересовать. Лидером в этой области стала группа Компаний «Автотор» с производством в Калининградской ОЭЗ, сотрудничающая с Kia, BMW, GM и др.^{13,14} Силами «ТагАЗа» собирают Hyundai,¹⁵ а на мощностях «ИжАвто» собирают Kia.¹⁶ «Северсталь-авто» собирают Fiat и Ssang Yong¹⁷, причем с Fiat компания запланировала создание совместного предприятия.¹⁸ Следует заметить, что итальянский производитель представлен в России еще с советских времен, поэтому следует рассматривать данный случай отдельно.

В данном разделе мы рассматриваем собственность в совместном предприятии как способ получить контроль, чтобы показать формально, каким образом асимметрия информации между иностранным и российским автопроизводителями в отсутствие

² Корпоративный сайт ОАО «Автофрамос», <http://www.renault.ru/ru/about/avtoframos/company/>

³ Корпоративный сайт General Motors Corporation в России, <http://www.generalmotors.ru/>

⁴ Корпоративный сайт Ford Motor Company в России, http://www.ford.ru/oper9/f_plant/-/-/-/-/

⁵ Корпоративный сайт Фольксваген Россия, http://www.volkswagen.ru/news/detail.php?ID=4073&IBLOCK_ID=6

⁶ По материалам сайта [www.rbc.ru: http://top.rbc.ru/economics/20/10/2007/123135.shtml](http://top.rbc.ru/economics/20/10/2007/123135.shtml)

⁷ По материалам сайта www.drive.ru: http://www.drive.ru/nissan/news/2007/07/11/376815/s_pochinom.html

⁸ По материалам сайта www.carsjapan.ru: http://www.carsjapan.ru/index.php?name=News&op=Article&sid=472

⁹ По материалам сайта [www.cardriver.ru: http://cardriver.ru/Suzuki/news/24723](http://cardriver.ru: http://cardriver.ru/Suzuki/news/24723)

¹⁰ По материалам сайта www.drive.ru: http://www.drive.ru/hyundai/comnews/2008/06/05/1402900.html

¹¹ По материалам сайта [www.rbc.ru: http://top.rbc.ru/economics/10/06/2008/181497.shtml](http://top.rbc.ru/economics/10/06/2008/181497.shtml)

¹² Справочник компаний и организаций Smartmoney, <http://www.smoney.ru/reference/company.shtml?47/1747>

¹³ Корпоративный сайт группы Компаний «Автотор»: <http://www.avtotor.ru/press/release/2222.html>

¹⁴ Екатерина Емельянова, «Сборочная страда», *Деньги*, 11 апреля 2005, №14, <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=568844>

¹⁵ Ibid.

¹⁶ По материалам сайта www.rbcdaily.ru: http://www.rbcdaily.ru/2007/07/10/industry/282694

¹⁷ Иван Ступаченко, Борис Горлин, «"Северсталь-Авто" хочет подрезать Hyundai и Kia», *Коммерсантъ-СПб*, 15 ноября 2005, №214, <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=626416>

¹⁸ По материалам сайта [www.rbc.ru: http://top.rbc.ru/economics/07/06/2008/180161.shtml](http://top.rbc.ru/economics/07/06/2008/180161.shtml)

эффективной судебной системы и прозрачности приводит к решению иностранного производителя о формировании дочернего предприятия по сборке легковых автомобилей со 100%-участием (wholly-owned-subsidiary, *WOS*).

Рассмотрим поведение зарубежной автомобильной корпорации (Foreigner, *F*), желающей, открыв производство своих автомобилей в России, воспользоваться выгодами растущих доходов российских граждан и расширить присутствие на международных рынках. Предположим, что компания провела обзор российской автомобильной отрасли и подобрала наиболее подходящего местного производителя автомобилей (Russian, *R*) для возможного создания совместного предприятия по сборке автомобилей (joint-venture, *JV*). Также иностранная компания уже решила вопрос поставки деталей и единственное, что ей остается определить – стоит ли открывать *JV* с местным производителем, или же следует открыть полностью собственное производство.

“Control is a way to obtain a higher return”¹⁹ – эта идея Anderson and Gatignon (1986) стала основой нашей модели, в которой контроль компании над *JV* отождествляется с долей ее собственности в уставном капитале совместного предприятия: чем выше доля, тем сильнее контроль²⁰. За $x \in (0,1]$ в модели обозначена доля иностранного производителя; соответственно, $1 - x$ – доля российской компании. Заметим, что при $x \leq 1$ мы имеем дело с *JV*, а при $x = 1$ предприятие принимает форму *WOS*. Далее для удобства *WOS* будет рассматриваться как частный случай *JV* при $x = 1$.

Предположим, что спрос на автомобили на российском рынке задается уравнением $aP' + bq = A'$, где P' – цена автомобиля, а q – количество проданных автомобилей. Обозначив $p = \frac{P'}{b}$ и $A = \frac{A'}{b}$, можно переписать уравнение: $q = A - p$. Тогда выручка *WOS* составит: $TR_{WOS}(p) = (A - p)p$.

Технология сборки автомобилей обладает постоянными предельными издержками,²¹ и потому функция совокупных издержек нового предприятия (вне зависимости от формы собственности) задается следующим уравнением: $TC(q) = cq + f$, где c – предельные издержки, f – постоянные издержки.

Тогда прибыль *WOS* будет задаваться выражением: $\Pi_{WOS}(p) = (A - p)(p - c) - f$.

Однако функция прибыли будет выглядеть по-другому в общем случае *JV*. Основным предположением данной модели является наличие неустранимой асимметрии

¹⁹ Erin Anderson and Hubert Gatignon, “Modes of foreign entry: a transaction cost analysis and propositions,” *Journal of International Business Studies*, 17, no.3 (1986): 3

²⁰ Безусловно, возможности собственника в отношении контроля растут не непрерывно и не равномерно с ростом доли в уставном капитале, однако в рамках теоретической модели такое предположение допустимо.

²¹ Заметим, что постоянство предельных издержек приблизительно выполняется в окрестности равновесной точки для функции издержек любого вида: достаточно провести линеаризацию.

информации между иностранным производителем и российской компанией, где последняя выступает в качестве агента. Так, и российская и зарубежная компании пропорционально своим долям финансируют затраты на производство: иностранцы вносят $x(qc + f)$, а русские $(1 - x)(qc + f)$. Но в условиях отсутствия прозрачности российский производитель имеет возможность, экономя на переменных издержках производства (малое снижение качества, устранение «лишних» деталей и т.п.), изымать из оборота $k \in [0, K]$, $K \ll c$ с каждой единицы произведенного товара. В результате российская сторона за счет внеплановой экономии издержек получает дополнительную прибыль $SI(k) = kq$, но прибыль совместного предприятия падает за счет реакции спроса на сниженное качество.

Идея контроля воплощена в модели следующим образом: чем выше доля иностранцев в предприятии, тем меньше будет максимальная экономия, которую смогут осуществить русские, иначе говоря, вводится дополнительное ограничение на k : $0 \leq k \leq K(1 - x)$. Другими словами, российская сторона может незаметно для иностранцев экономить лишь в пределах своей доли в предприятии – где иностранцы не могут их контролировать, то есть собственность в предприятии несет вместе с собой возможность бесплатного мониторинга, эффективного на $x \cdot 100\%$.

После окончания производственного цикла и иностранный производитель, и потребители могут достоверно установить уровень качества автомобиля.²² Спрос на автомобили следующим образом реагирует на изменение качества: $q = A - (p + k)$, то есть вся «недополученная» потребителями часть издержек будет компенсирована ими за счет снижения готовности платить; потери в качестве означают равноценные потери в цене.²³ Производители учитывают эти изменения, когда устанавливают цену.

Таким образом, прибыли сторон записываются следующим образом:

$$\Pi_{IV}(p) = (A - p - k)(p - c) - f$$

$$\Pi_F(p) = x\Pi_{IV} = x\{(A - p - k)(p - c) - f\}$$

$$\Pi_R(p) = (1 - x)\Pi_{IV} + SI(k) = (1 - x)\{(A - p - k)(p - c) - f\} + k(A - p - k)$$

Ниже мы рассмотрим трехпериодную игру (см. Рисунок 1), в которой взаимодействие сторон происходит следующим образом: сначала иностранная компания выбирает долю в новом предприятии x , затем начинается процесс производства и российская сторона, предвосхищая будущую цену автомобилей и спрос на них, выбирает оптимальный уровень экономии k , в результате чего с конвейера сходят некачественные

²² Иностранцам несложно определить качество автомобиля, так как они обладают соответствующими компетенциями в этой области; потребителям помогают тест-драйв и профессиональные обзоры.

²³ Это предположение обосновано при небольших потерях в качестве.

автомобили. Иностранцы устанавливают скорректированную с учетом снижения качества цену p на транспортные средства, и определяются выигрыши игроков. Параметры модели A, K, f, c остаются постоянными.

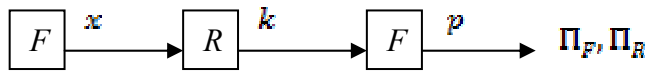


Рисунок 1. Дерево игры.

Найдем равновесие в данной игре. Рассмотрим задачу иностранцев в 3 периоде; они воспринимают k как заданное: $\max_{p \geq 0} (x\{(A - p - k)(p - c) - f\})$. Выписывая условия первого порядка, получаем: $A - p - k - (p - c) = 0$. Решение выглядит следующим образом: $p = \frac{A+c-k}{2}$. Так как целевая функция вогнута, оно удовлетворяет условию второго порядка.

Российская сторона, предвосхищая решение иностранцев относительно цены, максимизирует свою прибыль при условии, ограничивающим экономию:

$$\max_{K(1-x) \geq k \geq 0} \left((1-x) \left\{ \left(\frac{A-c-k}{2} \right)^2 - f \right\} + k \frac{A-c-k}{2} \right).$$

Рассмотрим решение данной задачи без ограничений, а затем проанализируем, будет ли решение угловым или внутренним. Условия первого порядка дают: $(1-x)2 \frac{A-c-k}{2} \frac{-1}{2} + \frac{A-c-k}{2} + k \frac{-1}{2} = 0$, что после упрощения дает $k = \frac{(A-c)x}{(1+x)}$, функция вогнута, поэтому решение удовлетворяет условиям второго порядка.

Очевидно, что при $A - c > 0$, то есть если производство вообще может быть выгодно, найденное выражение положительно. Будет ли ограничение $K(1-x) \geq k$ активно? Необходимо сравнить $\frac{(A-c)x}{(1+x)} \vee K(1-x)$ или $\frac{(A-c)}{K} \vee \frac{1}{x} - x$. Рассмотрим случаи.

$$1. \quad \frac{(A-c)}{K} \geq \frac{1}{x} - x \text{ (выполняется при высоких } x)$$

В данном случае ограничение $K(1-x) \geq k$ будет активно, иначе говоря, российским партнерам выгодно экономить как можно больше, поскольку они получают выигрыш полностью, но несут только долю $1-x$ общих потерь, то есть $k = K(1-x)$.

Прибыль иностранцев тогда составит: $\Pi_F = x \left(\frac{A-c-(1-x)K}{2} \right)^2$.

Выбранная иностранцами доля в уставном капитале нового предприятия влияет на их прибыль двояко: с одной стороны, становится больше сама доля прибыли, с другой стороны, становится сильнее контроль над предприятием, и снижаются потери от действий российских партнеров. Поскольку выбор x - это, фактически, выбор на непрерывном пространстве инвестиционных проектов, необходимо исключить влияние масштаба на принимаемое решение. Так, пусть изначальные инвестиции составляют INV ,

тогда иностранная компания будет ориентироваться на индекс прибыльности (PI) при выборе проекта. PI в данном случае составит: $PI = \frac{x \left\{ \left(\frac{A-c-(1-x)K}{2} \right)^2 - f \right\}}{xINV} = \frac{\left(\frac{A-c-(1-x)K}{2} \right)^2 - f}{INV}$.

Компания выберет проект с максимальным PI , что на множестве $x \in (0,1]$ реализуется в случае $x = 1$. Заметим, что при $x = 1$ предположение $\frac{(A-c)}{K} > \frac{1}{x} - x$ выполняется при $A - c > 0$, а значит, $x = 1$ – возможное решение.

2. $\frac{(A-c)}{K} < \frac{1}{x} - x$ (выполняется при низких x)

В таком случае решением задачи российской компании будет $k = \frac{(A-c)x}{(1+x)}$. Подставляя оптимальную цену и это выражение в функцию прибыли иностранцев, находим индекс прибыльности: $PI = \left\{ \left(\frac{A-c-\frac{(A-c)x}{(1+x)}}{2} \right)^2 - f \right\} / INV$. Задача максимизации PI на $x \in (0,1]$ решения не имеет: $\frac{\partial PI}{\partial x} = -\frac{1}{2INV} \frac{(A-c)^2}{(1+x)^3} < 0$.

Итак, единственное решение $x = 1$, то есть будет выбрана форма WOS .

Заметим, что выше, рассматривая дерево игры, мы неявно предполагали, что после обнаружения иностранной компанией нарушений, она не станет подавать иск в суд. Рассмотрим такую возможность и выведем условия, при которых решение об иске не будет рассматриваться вообще.

Пусть издержки на начало судебного процесса составляют L , а каждый дополнительный период разбирательств обойдется иностранцам в l , причем с вероятностью ρ дело закончится в данном периоде, а с вероятностью $1 - \rho$ затянется еще на один. По завершении дела с вероятностью λ иностранцы выиграют его, и российская компания выплатит убыток W в n -кратном размере. Тогда стоимость разбирательства, приведенная к началу четвертого периода, когда компания может его начать, составит $-L + \frac{\rho n W \lambda - l}{r + \rho}$.

Убыток W определяется в данной модели как доля прибыли от экономии, которую незаконно присвоила себе русская компания, то есть $xSI(k) = xk(A - p - k)$; предполагается, что ущерб от снижения спроса не может быть возмещен через разбирательство. Примем $x = 1$: хотя при таком значении x убытков фактически не возникает, при стремящейся к нулю доле российского производителя они максимальны. Максимизируя убыток по k , находим его наибольшее возможное значение: $\frac{(A-c)^2}{8}$. Тогда достаточным, но не необходимым условием того, что решение об иске вообще не будет

рассматриваться, является: $-L + \frac{\rho n \frac{(A-\rho)^2}{\rho} \lambda - 1}{r + \rho} \leq 0$. Иначе говоря, чем дороже обходится судебный процесс (L, l), чем ниже кратность возмещения убытка (n), а также чем ниже эффективность суда, то есть скорость принятия решений (ρ) и справедливость (λ), тем ниже вероятность того, что иностранцы будут рассматривать возможность подачи судебного иска.

Построенная выше модель иллюстрирует процесс принятия решения иностранного автопроизводителя о форме нового сборочного предприятия в России. Оппортунизм российской компании, выраженный в стремлении удерживать часть переменных расходов на производство автомобилей в условиях непрозрачности, ведет к выбору *WOS* иностранным производителем, поскольку большая доля собственности позволяет ему иметь больший контроль над предприятием. Усиление собственного контроля над предприятием остается единственным способом для иностранцев избежать потерь, поскольку судебная система неэффективна и иск в адрес российского партнера связан с отрицательным приростом прибыли.

Yiu and Makino (2002) отмечают высокую роль при принятии решений о форме выхода на зарубежный рынок когнитивных моделей лиц, которые принимают эти решения, а Arino et al. (2001) подчеркивают важность восприятия партнеров друг другом. Исследования доверия Edelman, проводимые ежегодно, показывают, что в 2009 году российский бизнес пользуется наименьшим доверием среди 18 опрошенных стран.²⁴ Исследования Всемирного Банка по вопросам качества государственного управления показывают существенные различия в роли закона и коррупции в России и странах, лидирующих по автомобильному производству (см. Таблицу 1). Так, процессы, описанные в нашей модели, могут не отражать реального положения дел, однако упрощенно иллюстрируют сложившиеся у иностранцев представления о бизнесе в России: в нашей модели иностранцы ожидают от российской стороны незаконных оппортунистических действий и не надеются на помощь суда в защите своих интересов, что согласуется с приведенными фактами. Таким образом, наша модель как когнитивная модель иностранных менеджеров способна, учитывая их представления о надежности российских партнеров, объяснить принимаемые ими решения о форме выхода на российский рынок. Не желая рисковать именем бренда и не имея возможности оценить реальную ситуацию, иностранцы предпочтут не формировать совместное производство с российскими автопроизводителями.

²⁴ 2009 Edelman Trust Barometer, Russia – Europe Findings (презентация), Edelman, 2009: <http://www.edelman.com/image/insights/content/Russia%20full%20deck.ppt>

Таблица 1. Некоторые показатели качества государственного управления в некоторых странах в 2007 г. по данным Всемирного Банка.²⁵ Rank, %.

	Rule of Law	Control of Corruption
FRANCE	90	89
GERMANY	94	93
ITALY	61	71
JAPAN	90	85
KOREA, SOUTH	75	68
RUSSIA	17	16
SWEDEN	98	99
UNITED KINGDOM	93	94
UNITED STATES	92	91

Как было отмечено выше, построенная модель характеризует ход рассуждений менеджеров зарубежных автоконцернов. Информацию о том, как именно принимались решения о входе на российский рынок достаточно сложно получить, не имея внутреннего доступа, однако можно привести несколько фактов, свидетельствующих о недоверии иностранных компаний к российским автопроизводителям и нежелании формировать с ними совместные предприятия.

Наиболее популярная форма входа на рынок уже говорит о многом. Volkswagen и Ford построили собственные заводы, Nissan, Hyundai, Suzuki и др. планируют поступить так же, и только GM пошла на создание СП с российским автопроизводителем. Поскольку другие примеры СП отсутствуют, анализ данных отношений мог бы пролить свет на истоки такой ситуации.

Оказывается, что до 2002 года GM уже пытались создать предприятие на территории России. В 1996 году было создано СП «GM-Елаз», на котором из бразильских автокомплектующих собирали модели Chevrolet Blazer и Opel Vectra. О качестве сборки красноречиво свидетельствует тот факт, что на презентации Chevrolet Blazer «Виктор Черномырдин не смог с первого раза захлопнуть дверь внедорожника»²⁶. После кризиса 1998 года автомобили, и до этого пользовавшиеся не очень большим спросом, практически перестали покупать, и в 2001 году предприятие было ликвидировано.

Однако GM быстро нашли себе нового партнера – «Автоваз», соглашение о создании СП с которым было подписано в 2001 году.²⁷ Основной продукцией предприятия являлась марка Chevrolet Niva – обновленный вариант «Нивы». Автомобиль

²⁵ Взято из Aggregate governance indicators, 1996-2007 (база показателей), The World Bank, 2008:

http://info.worldbank.org/governance/wgi/mc_countries.asp

²⁶ Екатерина Емельянова, «Сборочная страда», *Деньги*, 11 апреля 2005, №14,

<http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=568844>

²⁷ Корпоративный сайт «GM-Avtovaz»: http://gm-avtovaz.ru/new_ru/inside.php?page=contents/company&model=it13

целиком собирался из российских комплектующих, которые поставлял сам «Автоваз». Первоначально предполагалось, что Chevrolet Niva будет экспортироваться в Европу, однако из-за низкого качества комплектующих и устаревшего двигателя автомобиль оказался неконкурентоспособным. В 2003 году GM намеревался заключить соглашение о поставке автокомплектующих со сторонними поставщиками²⁸, однако вместо этого руководством СП «GM-Автоваз» было принято решение продавать модель только на внутреннем рынке.²⁹

²⁸ По материалам сайта www.abw.by: <http://www.abw.by/archive/362/v-nov01/>

²⁹ По материалам сайта www.lenta.ru: <http://www.lenta.ru/articles/2005/10/20/niva/>

Заключение

В работе построена формальная модель, описывающая принятие решения иностранным автопроизводителем о форме входа на российский рынок. Модель сочетает в себе разные подходы к выбору формы международной кооперации. Принимаются во внимание как транзакционные издержки (риск оппортунистического поведения партнера), так и институциональная среда, в которой происходит взаимодействие, и уровень доверия между партнерами.

Основные предпосылки модели таковы: (1) иностранная компания не может предотвратить оппортунистическое поведение российского партнера, состоящее в экономии на производственных издержках за счет ухудшения качества конечной продукции; (2) она не может также урегулировать конфликт в судебном порядке из-за несовершенства институтов. Единственный способ воздействия на стимулы российского партнера – это оптимизация его доли в собственности совместного предприятия. Уменьшение этой доли имеет двоякие последствия: с одной стороны, сокращаются возможности для оппортунистического поведения; с другой стороны, на российского производитель ложится меньшая доля убытков от оппортунистического поведения. Поскольку иностранная компания верит, что при любой доле в совместном предприятии российский производитель будет ее обманывать, она выбирает открытие собственного производства.

Далеко не обязательно, чтобы российская сторона на самом деле вела себя оппортунистически, - главное, чтобы менеджер иностранной компании, принимающий решение о форме входа, в это верил. Таким образом, рассматриваемая модель нацелена на описание хода рассуждений менеджера о возможных последствиях принятия того или иного решения, а не на предсказание таких последствий.

Несмотря на условность предпосылок, полученные результаты согласуются как с выводами предыдущих исследований, так и с фактами. Madhok (1995) пишет о взаимозаменяемости инструментов контроля, основанных на доверии и на праве собственности. В нашей модели при полном отсутствии доверия к российскому партнеру иностранная компания выбирает максимально возможную степень формального контроля.

Поскольку круг вопросов, освещенных в данной работе, ограничен сборкой в России легковых автомобилей, представляет интерес исследование принятия решений в области сотрудничества с поставщиками автокомпонентов и организации дистрибуции. Кроме того, выводы данной модели могут быть проверены на примере других развивающихся рынков, таких как Индия и Китай.

Список литературы

- Anderson, Erin and Hubert Gatignon. "Modes of foreign entry: a transaction cost analysis and propositions." *Journal of International Business Studies*, 17, no.3 (1986): 1-26
- Arino, Africa, Peter Ring and Jose de la Torre. "Relational Quality: managing trust in corporate alliances." University of Navarra. Research paper №434, March 2001.
- Hennart, Jean-Francois. "A transaction costs theory of equity joint ventures." *Strategic Management Journal*, 9, no.4 (1988): 361-374
- Madhok, Anoop. "Revisiting multinational firms' tolerance for joint ventures: a trust-based approach." *Journal of International Business Studies*, 26, no. 1 (1995): 117-137
- Yiu, Daphne and Shige Makino. "The choice between joint venture and wholly owned subsidiary: an institutional perspective." *Organization Science*, 13, no.6 (2002): 667-683
- Zhao, Xuemin and Reinhold Decker. "Choice of foreign market entry mode. Cognitions from empirical and theoretical studies." http://bieson.ub.uni-bielefeld.de/volltexte/2004/507/pdf/m_entry.pdf
- Емельянова, Екатерина. "Сборочная страда." *Деньги*, 11 апреля 2005, №14.
<http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=568844>.
- Ступаченко, Иван и Борис Горлин. "'Северсталь-Авто' хочет подрезать Hyundai и Kia." *Коммерсантъ-СПБ*, 15 ноября 2005, №214.
<http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=626416>.

Использованные интернет-ресурсы:

- info.worldbank.org
- www.abw.by
- www.avtotor.ru
- www.cardriver.ru
- www.carsjapan.ru
- www.drive.ru
- www.edelman.com
- www.ford.ru
- www.generalmotors.ru
- www.gm-avtovaz.ru
- www.kommersant.ru
- www.lenta.ru
- www.rbc.ru
- www.rbcdaily.ru
- www.renault.ru
- www.smoney.ru
- www.volkswagen.ru