
Е.А.Сидоренко

ТНК Мексики в условиях глобализации

На примере «Grupo Vimbo»

В конце XX — начале XXI вв. прослеживается тенденция увеличения роли развивающихся стран в мировой экономике и мирохозяйственных связях. В статье указывается, что Мексика занимает шестое место в рейтинге экспорта ПИИ из развивающихся стран. Подчеркивается, что переход от модели импортзамещения к неолиберальной модели экономики создал макроэкономические предпосылки для транснационализации крупных мексиканских компаний. Рассматривается опыт зарубежной инвестиционной экспансии компании «Grupo Vimbo», занимающей 63-е место среди 100 крупнейших нефинансовых ТНК из развивающихся стран по состоянию на 2010 г., согласно Докладу о мировых инвестициях 2011 г.

Ключевые слова: ПИИ, либерализация экономики, инвестиционная экспансия, трансграничные слияния.

Увеличение экономической мощи развивающихся стран в конце XX — начале XXI вв. способствует тому, что в настоящее время они выступают не только как реципиенты прямых иностранных инвестиций (ПИИ), но и как их экспортеры. Быстрый рост вывоза ПИИ из этой группы стран в начале XXI в. позволил им увеличить свою долю в мировом суммарном вывозе прямых инвестиций. Так, если в 2000 г. их доля составляла 8,3%, то в 2007 г. она возросла до 13,5%, а в 2010 г. достигла 24,8%. Это явилось результатом мирового финансово-экономического кризиса, который спровоцировал резкое сокращение экспорта прямых инвестиций из развитых стран и одновременно значительное увеличение их вывоза из развивающихся стран.

Ведущую роль в вывозе ПИИ из развивающихся стран играют ТНК. Латиноамериканские страны и прежде всего наиболее развитые из них, такие как Бразилия, Мексика, Чили, Колумбия и Аргентина, занимают в данном процессе важное место.

Как видно из таблицы, на шестом месте в рейтинге экспорта ПИИ из развивающихся стран находится Мексика. В первом десятилетии XXI в. доля этой латиноамериканской страны постоянно росла. Так, если в 2000 г.

Екатерина Андреевна Сидоренко — соискатель Всероссийской академии внешней торговли Минэкономразвития России (katia.sidorenko@gmail.com).

Работа отмечена в числе лучших на конференции молодых ученых «Иbero-Америка в глобализирующемся мире: проблемы и перспективы».

ВЫВОЗ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В 2000—2010 гг.

	2000 г.	%	2007 г.	%	2010 г.	%
Всего	1 186 838	100	2 174 803	100	1 323 337	100
Развитые страны	1 083 885	91,3	1 829 044	84,1	935 190	70,7
Развивающиеся страны	98 929	8,3	294 177	13,5	327 564	24,8
Гонконг, Китай	59 375	5,0	61 081	2,8	76 077	5,7
Китай	916	0,1	22 469	1,0	68 000	5,1
Сингапур	5 298	0,5	32 702	1,5	19 739	1,49
Корея	4 999	0,4	19 720	0,9	19 230	1,45
Индия	509	0,0	17 234	0,8	14 626	1,11
Мексика	984	0,1	8 256	0,4	14 345	1,08
Малайзия	2 026	0,2	11 314	0,5	13 329	1,0
Бразилия	2 282	0,2	7 067	0,3	11 519	0,9
Тайвань	6 701	0,6	11 107	0,5	11 183	0,8
Чили	3 987	0,3	2 573	0,1	8 744	0,7
Колумбия	325	0,0	913	0,0	6 504	0,5
Аргентина	901	0,1	1 504	0,1	964	0,1
Россия	3 177	0,3	45 916	2,1	51 697	3,9

Источник: World Investment Report 2004. The Shift Towards Services. UNCTAD, New York and Geneva, 2004. PP. 372-375; World Investment Report 2011. Non-Equity Modes of International Production and Development. UNCTAD, New York and Geneva, 2011, p. 187—190.

она составляла 0,1% мирового экспорта ПИИ, то в 2007 г. этот показатель возрос до 0,4%. В 2010 г. он составил 1,08%. В 2010 г. из Мексики было вывезено 14 345 млн долл. прямых инвестиций, хотя еще в начале века она вложила в другие страны только 984 млн долл.

Принимая во внимание, что Мексика является одной из крупнейших латиноамериканских стран с ВВП в 1,7 млрд долл. и населением в 108,4 млн человек по состоянию на 2010 г.¹, которая является членом Североамериканской зоны свободной торговли (North American Free Trade Agreement, NAFTA), что позволяет исследователям причислить Мексику к особой группе государств, именуемой «восходящими странами-гигантами»², изучение процесса становления ТНК в этой стране и особенностей интернационализации их деятельности приобретает особый интерес.

ЛИБЕРАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ МЕКСИКИ В КОНЦЕ XX — НАЧАЛЕ XXI В. И СТАНОВЛЕНИЕ МЕКСИКАНСКИХ ТНК

Как известно, после Второй мировой войны экономическое развитие многих стран Латинской Америки, в том числе и Мексики, базировалось на модели импортзамещения, которая предусматривала проведение политики индустриализации на основе создания мощного государственного сектора экономики и защиту национального рынка от иностранной конкуренции. В

период с 1940 по 1970 г. мексиканская экономика пережила длительный процесс индустриализации, в котором государство играло решающую роль.

Однако, как показала практика, модель импортзамещения привела ко многим негативным социально-экономическим последствиям. Так, в начале 80-х годов в стране отмечались низкий экономический рост, увеличение социально-экономического неравенства, кризис платежного баланса и гиперинфляция. Все эти последствия побудили правительство Мексики к проведению курса на переориентацию в сторону мирового рынка. Данный переход был осуществлен путем проведения неолиберальных рыночных реформ, которые позволили осуществить либерализацию внутриэкономической жизни и внешнеэкономических связей. Немаловажную роль сыграли вступление Мексики в NAFTA и заключение соглашений о свободной торговле с другими странами.

Переход к неолиберальной модели экономики создал макроэкономические предпосылки для интернационализации деятельности крупных мексиканских предприятий. Кроме того, можно выделить два основных фактора, которые способствовали транснационализации мексиканского бизнеса и выходу компаний на мировые рынки.

Во-первых, принимая во внимание, что большинство крупных предприятий возникло во время проведения импортозамещающей политики, то в течение долгого эволюционного развития ими были накоплены производственные мощности, которые позволили им не только справиться с вызовами открытия национальной экономики для внешних рынков во время макроэкономических реформ конца 80-х годов XX столетия, но и в дальнейшем начать экспансию на зарубежные рынки.

Необходимо обратить внимание также и на то, что крупнейшие мексиканские предприятия работали в очень разной деловой обстановке, которая часто изменялась. Так, они прошли через протекционизм, государственное вмешательство, широкую экспансию 1960—1970-х годов, кризис 1982 г., а затем возникли новые условия ведения бизнеса, которые стали результатом открытия национальной экономики. Таким образом, мексиканские предприятия выработали гибкую линию поведения, которая позволяла им выжить и даже расти в условиях меняющейся экономической конъюнктуры.

Во-вторых, дерегулирование и либерализация национальной экономики в конце XX — начале XXI вв., поставив национальные предприятия перед необходимостью повышения своей конкурентоспособности в условиях глобализирующейся экономики, заставили их осуществлять географическую диверсификацию своего бизнеса и оптимизацию рисков путем прямого инвестирования в других странах. В это же самое время приватизация банков привела к тому, что многие крупные национальные предприятия стали их собственниками. Данное обстоятельство способствовало росту финансового потенциала мексиканских компаний для осуществления национальной и международной экспансии.

С другой стороны, либерализация условий доступа иностранного капитала в мексиканскую экономику и открытие ряда отраслей для иностранных инвесторов (цементная, текстильная и пивоваренная отрасли) усилили конкуренцию со стороны иностранных компаний, что явилось причиной того, что крупнейшие мексиканские предприятия выработали в качестве стратегии своего развития выход на внешние рынки путем реализации инвестиционных проектов за рубежом. Таким образом, конкуренция на внутреннем рынке с ТНК из других стран способствовала интернационализации деятельности крупнейших мексиканских компаний.

Как следствие, в течение 90-х годов XX в. небольшая, но очень сильная в экономическом плане группа крупнейших мексиканских компаний встала на путь международной экспансии. Большинство этих предприятий раз-

вивались как региональные транснациональные компании в границах американского континента, и только небольшое число фирм предприняли попытку превратиться в мировых лидеров в своей отрасли.

Важно отметить, что процесс транснационализации мексиканского бизнеса происходил путем совмещения экспорта товаров и производственного освоения зарубежных рынков. При этом первоначально преобладала именно экспортная деятельность компаний. Данная тенденция берет свое начало с 1983 г., когда начался экспорт продукции данных предприятий за рубеж. Это было связано с внутренним давлением, которое возникло из-за долгового кризиса, но также явилось результатом узости внутреннего рынка.

Среди крупнейших мексиканских компаний можно выделить следующие. Согласно данным «World Investment Report 2011», мексиканская компания «Cemex S.A.» (производство цемента и бетона) входила в 100 крупнейших нефинансовых ТНК мира, находясь на 79-ом месте по состоянию на 2010 г. Кроме того, в 2010 г. она находилась на третьем месте среди 100 крупнейших нефинансовых ТНК из развивающихся стран³.

Что касается других мексиканских компаний, то в последний рейтинг попали телекоммуникационная «América Móvil», которая занимала 26-е место, а также две фирмы по производству продуктов питания: FEMSA (60-е место) и «Grupo Bimbo» (63-е место)⁴.

Следует обратить внимание на то, что десять мексиканских ТНК попали в другой, независимый рейтинг авторитетного издания «Forbes» «2000 лидирующих компаний мира». Согласно этому рейтингу, в 2011 г. компания «América Móvil» занимала 88-е место, FEMSA — 406-е место, «Grupo México» (металл) — 485-е место, «Grupo Modelo» (производство пива) расположилась на 719-ом месте, на 785-ом была «GF Norte» (финансовая группа). Интересно отметить, что «Cemex S.A.» занимала только 810-е место, находясь позади пяти других мексиканских ТНК. Остальными четырьмя компаниями, которые попали в этот рейтинг, являются финансовая группа «Grupo Inbursa» (864-е место), «Grupo Televisa» (телевидение, радио и телекоммуникации), занимающая 880-е место, производитель продуктов питания «Grupo Bimbo» расположилась на 974-ом месте и «Grupo Alfa» (разное) заняла 1010-е место⁵.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ЭКСПАНСИЯ «GRUPO BIMBO» ЗА РУБЕЖОМ

Рассмотрим более подробно становление и стратегию выхода на международные рынки «Grupo Bimbo», основанной в 1945 г. Согласно данным ЮНКТАД за 2010 г., компания занимала 63-е место в рейтинге крупнейших нефинансовых ТНК из развивающихся стран, составляемом этой международной организацией. Интересно отметить, что в 2007 г. она не вошла в этот рейтинг, но по состоянию на 2006 г. была в нем на 91-ом месте⁶.

Опыт инвестиционной экспансии «Grupo Bimbo» за рубежом представляет интерес для изучения, т.к. для нее характерна широкая география интернационализации деятельности. Так, компания представлена не только на американском континенте, но и в странах Европы и Азии. Она имеет производственные мощности в США, Аргентине, Бразилии, Чили, Колумбии, Коста-Рике, Сальвадоре, Гондурасе, Гватемале, Панаме, Перу, Уругвае, Венесуэле и Китае⁷. «Grupo Bimbo» является одной из пяти мексиканских ТНК, чья деятельность представлена в Европе. Помимо этого она является одной из четырех мексиканских ТНК, присутствующих в Азии⁸. Штаб-квартира компании находится в Мехико.

Первоначально «Grupo Bimbo» производила только четыре вида хлеба. В настоящее время она изготавливает около 5000 различных продуктов. У группы есть международно признанные торговые марки, такие как «Bimbo», «Marinela», «Tia Rosa», «Barcel», «Milpa Real» и другие. С самого начала своей деятельности компания внедряла инновации. Так, в 1945 г. запакованный в целлофановый пакет хлеб оказался новшеством для Мексики.

По итогам 2010 г. «Grupo Bimbo» присутствовала в 17 странах мира, имела более 150 торговых марок, более 108 000 сотрудников и 103 фабрики (из них 42 находятся в Мексике, 2 — в Китае, 25 — в Центральной и Южной Америке, 34 — в США)⁹.

В 80-е годы компания росла быстрее, чем мировая хлебобулочная промышленность, и конец 80-х годов ознаменовался необходимостью выхода на международные рынки. В 1984 г. из Мексики в Хьюстон был направлен первый грузовик с продукцией «Marinela». Таким образом, компания начала экспортную деятельность¹⁰. В 1989 г. была основана «Bimbo Centroamérica», а строительство завода в Гватемале положило начало процессу интернационализации ее деятельности. В 90-е годы «Grupo Bimbo» приобрела несколько хлебобулочных предприятий в странах Латинской Америки, в частности «Chilena Alesa» и «Holsum». Одновременно компания открыла свои филиалы в Сальвадоре, Коста-Рике, Аргентине и Перу. В Колумбии «Grupo Bimbo» вошла в союз с «El Noel» — самым крупным предприятием по производству печенья в этой стране. В 2001 г. была осуществлена покупка «Plus Vita de Brasil», и таким образом «Grupo Bimbo» подтвердила свое лидерство на латиноамериканском континенте.

Во многих государствах Латинской Америки стратегия компании заключалась в приобретении уже существующих предприятий, так как конкурентная среда требовала высоких темпов роста. В некоторых странах, например в Аргентине, «Grupo Bimbo» построила фабрику последнего поколения с новейшими технологиями и современным оборудованием.

1998 г. был особенным в истории «Grupo Bimbo», так как ею была куплена североамериканская хлебобулочная фирма «Mrs. Baird's». Это предприятие было лидером в штате Техас и насчитывало 11 фабрик и 3000 сотрудников. Но основным приобретением «Grupo Bimbo» стала покупка в 2002 г. активов канадской компании «George Weston Ltd.» — владельца торговых марок «Oroweat», «Entenmann's», «Thomas» и «Boboli». Следует отметить, что через чешское кондитерское предприятие «Park Lane» «Grupo Bimbo» присутствует в Европе.

В 2010 г. было совершено два стратегических приобретения: китайской компании «Jin Hong Wei», производителя хлебобулочных продуктов в восточном стиле, и американской «Vimar Foods». Нужно отметить, что захват рынка Китая — важная цель компании. Так, она владеет в этой стране 187 грузовиками и сетью дистрибьюторов, которые доставляют ее изделия на небольшие расстояния. Несомненно, дистрибьюционная стратегия «Grupo Bimbo» на китайском рынке является инновационной. Она сочетает доставку свежей продукции три раза в неделю с организацией дистрибьюции в розничные точки, находящиеся в самых старых поселениях с узкими улицами. В этих поселениях, насчитывающих около 30 тыс. потребителей, доставка осуществляется при помощи велосипедов¹¹.

В первой половине 2011 г. произошло стратегическое приобретение компании «North American Fresh Bakery», что значительно усилило и расширило деятельность «Grupo Bimbo».

Что касается финансовых результатов деятельности компании, то в 2010 г. общий объем чистых продаж составил 9 млрд долл., что на 0,7% выше результата 2009 г., равного 8,9 млрд долл. Объем чистых продаж в Мексике в 2010 г. — 4,5 млрд долл. Данный показатель вырос на 4,5% по сравнению с предыдущим годом, главным образом за счет роста продаж таких категорий продукции, как закуска, выпечка и упакованный в целлофановый пакет нарезанный хлеб. Необходимо отметить, что продажи в таких регионах, как Азия и Европа, включены в показатели Мексики ввиду своей низкой репрезентативности¹².

В 2010 г. в странах Латинской Америки отмечался рост объемов чистых продаж компании, составивший 4,4% по сравнению с предыдущим годом. Так, данный показатель достиг 1,1 млрд долл. Большой вклад в увеличение продаж в этом регионе внесли запуск новых продуктов, появление новых клиентов и постоянное расширение сети дистрибуции. Наилучшие результаты показали такие страны как Бразилия, Чили и Колумбия¹³. Стоит отметить, что тенденция роста объемов продаж в Латинской Америке связана, прежде всего, с экономическим ростом Мексики и других стран региона.

В США в 2010 г. отмечался рост физических объемов продаж компании, но в денежном выражении объем чистых продаж сократился на 4%, до 3,7 млрд долл. Данное падение обусловлено, прежде всего, более низким уровнем цен и курсовыми разницеми. Следует отметить, что рост физических объемов продаж произошел за счет категории хлеба «премиум» и производства некоторых новых видов продуктов.

Что касается доли каждого региона в результатах деятельности компании, то в 2010 г. 47% объема чистых продаж пришелся на Мексику, 41 — на США и 12% — на Латинскую Америку. Если говорить об активах компании, то 34% приходится на Мексику, 50 — на США и 16% — на Латинскую Америку¹⁴.

О результатах зарубежной деятельности «Grupo Bimbo» можно судить также по индексу транснационализации, который, по данным ЮНКТАД, в 2009 г. составил 50,2%. Интересно заметить, что доля зарубежных активов в активах компании составляла 66%, доля зарубежных продаж в общих продажах — 53%, а доля занятого за рубежом персонала в общем количестве персонала компании — 31%¹⁵.

За последние 15 лет количество видов продукции, которые «Grupo Bimbo» либо производит, либо той, которая была приобретена благодаря покупке заводов или торговых марок в других странах, значительно увеличилось. Например, стоит отметить включение компании в производство и дистрибуцию кукурузных лепешек (тортильяс), начавшееся в 1990 г. после запуска «Milpa Real». Два года спустя была приобретена фирма «Lara» — производитель известного в Мексике печенья. В 1995 г. была куплена компания «Coronado» — лидер в производстве сгущенного молока и продуктов из козьего молока. Четыре года спустя группа расширила свое присутствие в категории суповой пасты путем приобретения компании «Coca & Rex», которая в 2011 г. была продана. В 2004 г. «Grupo Bimbo» купила известную в Мексике кондитерскую фирму «Jousco», а в 2005 г. две другие мексиканские компании с большой историей присоединились к «Grupo Bimbo»: «Chocolates la Corona» и сеть по производству и продаже тортов и пирожных «El Globo». Кроме того, в декабре 2010 г. «Grupo Bimbo» приобрела основную часть активов мексиканской кондитерской компании «Dulces Vero», тем самым усилив свои позиции в этом сегменте рынка¹⁶.

Таким образом, «Grupo Bimbo» является крупным производителем продуктов питания и одной из немногих мексиканских компаний, присутствующих в Европе и Азии. Процесс ее выхода на международные рынки начался в конце 80-х — начале 90-х годов прошлого века, и в настоящее время она все больше расширяет свое международное присутствие. Основной целью, которую «Grupo Bimbo» ставит перед собой на ближайшую перспективу, является ее превращение к 2015 г. в одного из лучших производителей хлеба в мире и в лидера пищевой промышленности.

В заключение важно подчеркнуть, что именно переход от политики импортозамещения к неолиберальной модели экономики, а также вступление Мексики в NAFTA создали предпосылки для интернационализации деятельности крупных мексиканских компаний. Этот процесс проходил поэтапно, и при этом наблюдался постепенный переход от торговой модели транснационализации к модели, основанной на вывозе прямых инвестиций за рубеж посредством слияний и поглощений, а также участия в приватизации, проводимой в других странах. Что касается географической диверсификации мексиканского бизнеса, то ТНК этой страны в основном ориентированы на присутствие на американском континенте. Однако важно подчеркнуть, что по мере роста их мощи они будут проводить более активную и агрессивную политику по вхождению в экономики других государств мира.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ <http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-mexico>

² И.К.Ш е р е м е т ь е в. Мексика: «восходящий гигант» в стратегическом «капкане» блока НАФТА. — Латинская Америка, 2010, № 5, с. 46.

³ UNCTAD. World Investment Report 2011. Non-Equity Modes of International Production and Development. Country Fact Sheet: Mexico. New York and Geneva, 2011. p. 2.

⁴ Ibidem.

⁵ <http://www.forbes.com/global2000/>

⁶ UNCTAD. World Investment Report 2008. Transnational Corporations and the Infrastructure Challenge. New York and Geneva, 2008, p. 223—225.

⁷ Striving to Overcome the Economic Crisis: Progress and Diversification of Mexican Multinationals' Export of Capital. The Vale Columbia Center on Sustainable International Investment (VCC), 2011, p. 25.

⁸ MNEs from Emerging Markets: New Players in the World FDI Market. The Vale Columbia Center on Sustainable International Investment (VCC), 2011, p. 248.

⁹ Informe anual de Bimbo, 2010. — <http://www.mzweb.com.br/grupobimbo/web/arquivos>

¹⁰ Historia de Bimbo «Ser una empresa altamente productiva y plenamente humana». — http://www.mzweb.com.br/grupobimbo/web/arquivos/Bimbo_Historia

¹¹ Striving to Overcome the Economic Crisis... Op. cit.

¹² Informe anual de Bimbo, 2010. — <http://www.mzweb.com.br/grupobimbo/web/arquivos>

¹³ Ibidem.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Подсчитано по: http://www.unctad.org/Sections/dite_dir/docs/WIR11_

¹⁶ Informe anual de Bimbo, 2010. — <http://www.mzweb.com.br/grupobimbo/web/arquivos>