

СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

DOI: 10.15838/esc.2019.3.63.2

УДК 339.9, 338.2, ББК 65.5, 65.050

© Лаврикова Ю.Г., Андреева Е.Л., Ратнер А.В.

Локализация зарубежного производства как инструмент развития экспортной базы РФ*



Юлия Георгиевна ЛАВРИКОВА

Институт экономики УрО РАН

Екатеринбург, Российская Федерация, 620014, ул. Московская, д. 29

E-mail: lavrikova_ug@mail.ru

ORCID: 0000-0002-6419-2561; ResearcherID: B-1897-2018



Елена Леонидовна АНДРЕЕВА

Уральский государственный экономический университет

Екатеринбург, Российская Федерация, 620144, г. ул. 8 Марта, 62

Институт экономики УрО РАН

Екатеринбург, Российская Федерация, 620014, ул. Московская, д. 29

E-mail: elenandr@mail.ru

ORCID: 0000-0003-4975-0905; ResearcherID: H-8591-2016



Артем Витальевич РАТНЕР

Институт экономики УрО РАН

Екатеринбург, Российская Федерация, 620014, ул. Московская, д. 29

E-mail: aratner@inbox.ru

ORCID: 0000-0001-7173-5328; ResearcherID: H-4838-2016

* Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских учёных – кандидатов наук – МК-3463.2019.6.

Для цитирования: Лаврикова Ю.Г., Андреева Е.Л., Ратнер А.В. Локализация зарубежного производства как инструмент развития экспортной базы РФ // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. № 3. С. 24–38. DOI: 10.15838/esc.2019.3.63.2

For citation: Lavrikova Yu.G., Andreeva E.L., Ratner A.V. Localization of foreign production as a tool to develop the export base of the Russian Federation. Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast, 2019, vol. 12, no. 3, pp. 24–38. DOI: 10.15838/esc.2019.3.63.2

Аннотация. Актуальность статьи заключается в том, что в условиях «новой нормальности» мировой экономики, международной конкуренции, протекционистских мер развитые страны-партнёры России замещают импорт локализацией производства. Основная идея и цель статьи — обоснование сущности стратегии локализации зарубежного производства для различных этапов геоэкономического развития и возникающих при этом эффектов для национальной экономики. Научная новизна заключается в развитии теоретических положений, выявляющих мотивы использования стратегии локализации зарубежных производств принимающими экономиками на различных этапах геоэкономического развития, а также в типологизации возможных получаемых в процессе локализации страной эффектов и в их оценке (на примере России). Методы исследования: анализ опыта локализации стран различных групп; синтез опыта локализации зарубежного производства в России в части использования институциональной базы стимулирования локализации и систематизации эффектов локализации на основе анализа мнений её участников и контент-анализа пресс-релизов об их деятельности (компании из рейтинга крупнейших компаний, работающих в России, и перечня специнвестконтрактов), статистического анализа относительных масштабов и некоторых эффектов локализации и анализа нормативно-правовой базы. Анализ выявил, что в условиях глобальных вызовов для зарубежных компаний локализация производства в России, предполагающая также и экспорт, становится способом сохранения позиций на российском рынке. Она обеспечивает российской экономике ряд положительных эффектов, как количественных (рост инвестиций, объёмов производства и экспорта, налоговых поступлений, числа рабочих мест), так и качественных (приток технологий и специалистов; импортозамещение, вклад в возрождение обрабатывающей промышленности; диверсификацию производства и экспорта; подготовка местных специалистов, развитие местного производства комплектующих; повышение конкурентоспособности производимой в России продукции и имиджа российских территорий и участвующих компаний). Результаты позволяют продвигаться в сторону формирования комплексного видения оценки влияния институционального фактора на внешнеэкономическую деятельность территорий.

Ключевые слова: локализация зарубежного производства, мотивы локализации, экспорт-ориентированная локализация, позитивные эффекты локализации, наращивание производства и экспорта, технологии и бренды, институциональное обеспечение локализации, импортозамещение.

Введение

В условиях глобальных вызовов мировой экономики, к которым относятся замедление темпов её роста, понижение цен на нефть, изменение валютных курсов, международная торгово-технологическая конкуренция, протекционистских ограничений (санкции, дополнительные тарифные ограничения) страны-экспортёры товаров на российский рынок сталкиваются со снижением объёма поставок (так, отношение объёма импорта 2014–2017 гг. из Германии, Нидерландов, Италии, США, Республики Корея, Японии, Франции и Великобритании, вместе взятых, к объёму 2009–2013 гг. составило¹ 3/4). В условиях

заинтересованности зарубежных партнёров в присутствии на российском рынке, а также благодаря реализуемой в стране политике импортозамещения на смену импортным поставкам приходит локализация зарубежного производства на российской территории, т.е. торговый экспорт в Россию преобразуется в производственные инвестиции в РФ. Хотя экспорт РФ в 2017–2018 гг. повысился в 1,6 раза (превысив значение 2015 г. и обеспечив максимальный уровень сальдо, наблюдавшийся ранее), высокотехнологичная его компонента остаётся низкой — 6,5% общего объёма экспорта, хотя экспорт машин и оборудования в 2017 г. вырос на 16%². В условиях стимулирования несырьевого экспорта в российской экономике локализованное про-

¹ Рассчитано по: Таможенная статистика внешней торговли // ФТС России [Сайт]. URL: <http://stat.customs.ru/apex/?p=201:7:2316567836921543::NO> (обращение: 21.02.2019).

² Составлено по: там же.

изводство в ряде случаев становится экспортным. Так, в российской Стратегии развития экспорта продукции, например, автомобильной промышленности, до 2025 г. учитывается, среди прочего, перспективность производства моделей автомобилей, рассчитанных на международный рынок (в рамках локализованных в России зарубежных производств). Цель статьи: обоснование сущности стратегии локализации зарубежного производства для различных этапов геоэкономического развития и возникающих при этом эффектов для национальной экономики. Достижение данной цели предполагает задачи:

- развитие теории локализации применительно к мотивам принимающих и инвестирующих стран в локализации зарубежных производств;
- разработка модели потенциальных эффектов от локализации для принимающей экономики;
- частичная оценка этих эффектов на примерах из российской экономики.

Решение данных задач предусматривает методику исследования, предполагающую: анализ теоретической и аналитической литературы по локализации; анализ опыта локализации стран, развивающихся и развитых; обобщение опыта локализации, в том числе опыта использования институциональной базы стимулирования экспортоориентированной локализации, на основе анализа мнений и освещаемой практики её участников; анализ выраженности локализации и систематизацию её эффектов для принимающей экономики на базе анализа деятельности крупнейших представительств работающих в России иностранных компаний (отбираются из рейтинга «Эксперта») и иных иностранных компаний (отбираются из перечня специнвестконтрактов) на основе контент-анализа прессы; статистический анализ относительных масштабов и некоторых эффектов экспортоориентированной локализации.

Научная новизна и значимость проведённой работы заключается в развитии теоретических положений в отношении мотивов использования стратегии локализации зарубежных производств принимающими экономиками различного уровня в условиях глобальных вызовов, а также в разработке модели потенциальных эф-

фектов, получаемых страной в процессе локализации, и в выборочной оценке этих эффектов на примере российской экономики.

Теоретические основы локализации зарубежного производства

Под локализацией понимается размещение в стране зарубежного производства (под руководством головной зарубежной компании), с использованием сырья, материалов и/или комплектующих и труда специалистов страны размещения. Процесс локализации предполагает ряд стадий: присутствие приходящего контрагента только в качестве экспортёра, минимальный перенос производства и функций, перевод ключевых функций (Подхалузина В.А. [1, с. 64–65]). Кондратьевым В.Б. отмечается, что локализация производства может иметь следующие цели, относящиеся к развитию национальной экономики: создание рабочих мест и стимулирование бизнеса, формирование высокотехнологических отраслей, обеспечение долгосрочного роста [2, с. 67].

Представляется, что можно выделить мотивы принимающих экономик (с учётом уровня и первоочередных потребностей их развития) в контексте тенденций (в том числе вызовов) мирохозяйственного развития.

Анализ показывает, что в условиях усилившегося международного разделения труда со второй половины XX в., приходящему контрагенту были интересны доступ к источникам сырья и низкая стоимость труда. Для развивающихся стран было актуально за счёт инвестиций активизировать своё хозяйственное развитие и поднять его технологический уровень, свою конкурентоспособность (табл. 1). У японских фирм доля вынесенного (в развивающиеся и другие страны) производства повысилась в 1985–2015 гг. с менее чем 1/20 до 1/4 (Томиура Е. [3, с. 21]). Число автомобилей, произведённых в зарубежных филиалах немецких компаний, превышало показатель производства в Германии с 2010 г., и в 2015 г. соотношение составляло 9,5 к 5,7 млн. ед. (Зарицкий Б.Е. [4, с. 89–91]). Наиболее яркий пример принимающей страны – Китай. К примеру, первые высокоскоростные поезда он приобретал у Германии, затем они с немецким участием производились в Китае, и затем он стал производить и экспортировать свои.

Иной случай представляет опыт развитых стран, например США. В результате интернационализации производства, к моменту начала сегодняшней рецессии мировой экономики они утратили часть своей промышленной базы, что сказалось на их социально-экономическом самочувствии, и актуален стал рещоринг. В целом в 2008–2009 гг. странами мира, как развивающимися, так и развитыми, было реализовано более сотни проектов в рамках курса на локализацию, причём США оказались на 2-м месте [2, с. 67].

Особый тип локализации характеризует российскую ситуацию, когда глобальные вызовы в развитии мирохозяйственных связей, во многом индуцируемые глобальной рецессией, приводят к активизации международной конкуренции и протекционистских настроений (санкции, дополнительные торговые пошлины). Их воздействие на национальные экономики выразилось в повышении импортозависимости и ограничении внешнеэкономических связей с развитыми странами, что вызвало потребность (например, у России) в импортозамещении и формировании предпосылок для оптимального встраивания в международное разделение труда, в том числе за счёт локализации. Выделенные этапы мирохозяйственного развития и присущие им мотивы локализации представлены в *табл. 1*.

При этом важным моментом выступает экспортная направленность прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Распространена ситуация, когда в экспорте определённая доля принад-

лежит импортным комплектующим, особенно в небольших экономиках и высоко интегрированных в мировую экономику отраслях (например, электроника) (Лукьянов С.А., Драпкин И.М. [5, с. 17]). Причём в зарубежной литературе встречается даже понятие экспортоориентированных ПИИ (Нгьюен-Хуу Т.Т., Нгьюен-Хас М.). Если при (обычных) вертикальных ПИИ – ТНК производят промежуточные товары, чтобы экспортировать их назад в страну-инвестор или другие страны для сборки конечных продуктов, при экспортоориентированных ПИИ – ТНК производят готовые товары, чтобы обслуживать конечных потребителей в третьих странах. Например, представительство «Samsung» во Вьетнаме выступает крупнейшим экспортёром страны (18% экспорта); производство «Intel» во Вьетнаме обеспечивает до 4/5 мирового объёма полупроводниковых чипов [6, с. 2-23]. В структуре продаж зарубежных ПИИ-филиалов японских ТНК экспорт в третьи страны (исключая страну локализации) составляет 36,1% (для сравнения: экспорт в Японию – 9,4%) [3, с. 24]. Отмечается, что развивающиеся страны часто сами позиционируют себя в качестве «экспортных платформ» (Гхаури П.Н. [7, с. 29]). Так, как подчёркивается Хаган А.Дж. и Роджерсом Дж.К., в азиатских экономиках в XX в., в период активной индустриализации, была выбрана модель, основанная на продвижении экспорта. Первичным критерием выбора иностранных инвестиций выступала их возможность организовать экспорт [8]. Приводится пример Норвегии, Бразилии и Казахстана,

Таблица 1. Мотивы локализации зарубежного производств

Период	Этап мирохозяйственного развития	Принимающие страны	Мотив
Со 2-й половины XX в.	Интенсивная производственно-инвестиционная интернационализация	Развивающиеся	Потребность в инвестициях и технологиях для принимающих стран; доступ к источникам сырья и низкой стоимости труда для стран-инвесторов
С 2008 г.	«Великая рецессия» («новая нормальность»)	Развитые	Возврат выведенных за границу производств в связи с потребностью приближения процесса производства к месту потребления, в т.ч. ввиду снижения издержек на оплату труда за счёт автоматизации
С середины 2010-х годов	Развитие передовых производственных технологий и рост протекционистских настроений	Попавшие под воздействие санкций и протекционистских ограничений (в частности, Россия)	Импортозамещение, в том числе экспортоориентированное для принимающих стран; сохранение позиций на освоенных рынках для стран-инвесторов
Источник: составлено авторами.			

их курс требований к локализации нацелен на создание отечественных технологических лидеров - потенциальной базы для дальнейшего развития рынка, ведущего, в том числе, к экспорту. Нередко цель требований к локализации – «поймать» некоторые обучающие и инновационные процессы, чтобы облегчить развитие новых продуктов (в т.ч. с экспортным потенциалом) (Калюжнова Й., Нигаард К.А. и др. [9, с. 53]). В литературе на основе эконометрического анализа делается вывод о благоприятной связи присутствия компаний с иностранными инвестициями с издержками выхода местных предприятий на международные рынки (Кадочников С.М., Федюнина А.А. [10, с. 115]).

Вместе с тем для принимающей экономики локализация, как отмечается исследователями, имеет и ряд недостатков:

– сильный эффект конкуренции ((Гхаури П.Н. [7, с. 23]); так, в исследовании Нгьюен-Хуу Т.Т. и Нгьюен-Хас М. отмечается, что этим характеризовалось присутствие в 2000–2012 гг. иностранных экспортоориентированных фирм во Вьетнаме [6, с. 23], причём этот эффект даже превышал эффект прямого спроса на местные ресурсы);

– повышение цен;

– в ряде случаев зарубежные производители перемещают в страну-реципиент только низко- и среднетехнологичное производство, тогда как высокотехнологичные звенья остаются в стране-инвесторе (Эттмайр С., Ллойд Х. [11, с. 5]). Так, анализ на примере отношений ЭКОВАС с ЕС показал, что мультинациональное присутствие в регионе ЭКОВАС корреспондирует с повышением экспорта (из ЭКОВАС в ЕС) товаров первичного сектора, понижением экспорта промежуточных товаров и не имеет эффекта для экспорта готовых товаров (Ониеквена С. и др. [12, с. 128]). Кроме того, к трудностям локализации относится также то, что иностранные компании требуют привычного для них уровня менеджмента, развитого сервиса их продукции и его близости к местам эксплуатации (Финашин А.А. [13, с. 188]).

Всё же предполагается уделить внимание позитивным эффектам. Так, на случае пищевой промышленности (2018 г.) отмечается, что стратегии зарубежных ТНК в России характеризуются большой гибкостью, что дало им воз-

можность понизить нежелательное для них воздействие санкций; более направить закупочную политику на развитие локальных производств (Хейфец Б.А., Чернова В.Ю. [14, с. 42]). В целом у обрабатывающих производств иностранной и совместной собственности наблюдается позитивная тенденция роста уровня локализации (Спицын В.В., Рыжкова М.В. [15, с. 53]).

Таким образом, локализация производств из-за рубежа очень распространена. Мотивы к ней есть как у инвестирующих, так и у принимающих стран. Можно обозначить несколько течений процесса локализации, различающихся по мотивам и направлениям. Важным моментом выступает экспортная направленность ПИИ. При этом локализация предоставляет для принимающей экономики как положительные эффекты, так и риски. В совокупности положительные эффекты представляются недостаточно изученными, недостаёт их системного представления.

Локализация в России: институциональная среда

В условиях глобальных вызовов (рецессия мировой экономики, глобальная технологическая и экономическая конкуренция, усиление протекционизма) российская экономика оказалась в непростых условиях: требуется оптимизация участия в международном разделении труда, в частности, снижение импортозависимости, технико-технологического отставания, развитие производства, в том числе диверсифицированного, гарантирование экспорта, повышение занятости и поступлений в бюджет. В этих условиях был выбран курс на импортозамещение и стимулирование несырьевого экспорта.

В плане условий привлечения иностранного производственного потенциала российская экономика привлекательна для развитых стран (ниже издержки), хотя и может уступать сопредельным экономикам: например, Китая, где низкая стоимость рабочей силы; Казахстана, где НДС ниже; Белоруссии, которая географически ближе к европейскому рынку. Но всё же стимулирующим для иностранных компаний выступает стремление, в условиях снижения российского импорта из развитых стран, сохранить позиции на большом и освоенном российском рынке.

Таблица 2. Распределение специнвестконтрактов с участием локализуемого иностранного производства по отраслям

Производство машин: – комбайны, трактора – станки металлорежущие	Производство транспортных средств: – автомобили (2) – автомобили грузовые (2) – автомобили легковые (2)
Производство оборудования: – насосное оборудование – комплектующие для авиастроения – комплектующие для ветроэнергетики (2)	Фармацевтическая промышленность: – препараты для лечения сердечно-сосудистых, онкологических и других заболеваний – инновационный инсулин
Составлено по: Перечень специнвестконтрактов // Минпромторг России [сайт]. 17.11.2018. URL: http://minpromtorg.gov.ru/ (обращ.: 29.1.2019); сайты компаний; пресс-релизы в СМИ.	

Одним из государственных инструментов стимулирования локализации для крупных проектов выступает специальный инвестиционный контракт (СПИК, № 488-ФЗ от 31.12.2014 г. «О промышленной политике в РФ»), предусматривающий, что инвестор, вкладывающий в организацию производства достаточный объём инвестиций, поддерживает его определённый период, получая взамен льготы (преференции) и гарантию стабильности. В настоящее время в России заключено уже почти полтора десятка СПИКов с компаниями с иностранным участием (табл. 2). Концептуально СПИК относят к инструментам стимулирования экспортной деятельности [16, с. 75].

СПИКи заключены компаниями стран Группы семи (Германия, Япония, Великобритания, Франция, США) и других развитых европейских стран (Дания, Испания), а также Республики Корея.

Естественно, требования к локализации создают ограничивающие условия для присутствия зарубежных компаний на российском рынке. По мнению зарубежных компаний, нелегко найти поставщиков нужных качественных комплектующих в требуемом количестве, в том числе с учётом того, что у зарубежных производителей предусмотрены свои специфические модели комплектующих. Так, компания «Schaeffler», ведущий мировой поставщик систем для промышленности и автомобильной техники, в 2017 г. рассмотрела возможность сотрудничества с 700 местными (российскими) поставщиками, но только их небольшая часть смогла соблюсти требования для завода компании в Ульяновске³. Также предприятия дале-

ко не всегда могут изыскать средства для инвестиций в таких объёмах, которые необходимы для СПИК. При этом было принято решение оптимизировать инструмент СПИК: с одной стороны, усилить критерии отбора (увеличить срок действия и требуемый минимум инвестиций), с другой стороны, нарастить льготы⁴. Однако эти требования выполняют функцию защиты отечественного производителя от излишней конкуренции. Естественно, вклад в импортозамещение дают и менее масштабные формы локализации (так, Волков А.М. приводит ряд примеров со стороны Скандинавских стран [17]).

С точки зрения представителей российских «инженерных» представительств немецких компаний в Свердловской области (прозвучавшей на конференции 2018 г. по российско-немецкому экономическому сотрудничеству) потенциал развития российско-немецкого производственного сотрудничества заключается в презентации инвестиционных потребностей и преимуществ российских территорий и в конструктивной презентации возможностей немецкого бизнеса в смысле снабжения капиталом, актуальными технологиями заинтересованных российских компаний и обучения их сотрудников. В литературе отмечается, что для иностранных компаний одним из стимулов участия в локализации производства в России могут быть чётко обозначенные критерии локализации (Бельченко М.А., Гарсия Л.В. [18, с. 30]).

³ Российская газ. 23.5.2018 (Спецвып. № 110).

⁴ Ведомости [Сайт]. 19.12.17. URL: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2018/02/15/751031-bmw-zavoda-rossii> (обращ.: 10.10.18).

Как показал обзор и анализ случаев экспортнонаправленной локализации зарубежных производств, производимая ими в России продукция чаще направляется в страны ближнего зарубежья, в первую очередь в страны-партнёры по Таможенному союзу, что говорит о положительном влиянии снятия (снижения) торговых барьеров и гармонизации инфраструктуры и таможенного и экономического регулирования в рамках ЕАЭС. Как отмечается представителями российских подразделений иностранных компаний, это позволяет оптимизировать бизнес- и товарные потоки⁵.

Места локализации зарубежных производств ориентированы нередко на наличие площадок с готовой инфраструктурой для размещения производств. Так, производство «Mercedes-Benz» создаётся в индустриальном парке Есипово (Московская область) [19, с. 87], немецкая компания «WIKА» открыла в 2017 г. производство метрологического оборудования в индустриальном парке «Индиго» (minpromtorg.gov.ru. 27.09.17), «BMW» планирует осуществлять локализацию производства в индустриальном парке с использованием льгот ОЭЗ в Калининградской области (Рос. газ. 15.02.18). 12 индустриальных парков и одна ОЭЗ созданы в Калужской области, что вместе с созданием агентств и фондов для привлечения иностранных и российских инвесторов явилось важным фактором привлечения зарубежных компаний, содействовало адаптации кластерной модели (сложился кластер автомобилестроения, кластер фармацевтики и биотехнологий) (Гутник А.В., Трофимова О.Е. [20, с. 82–85]). В Свердловской области, где активно представлено производственное сотрудничество с немецкими компаниями, в химическом парке «Тагил» в 2016 г. состоялась локализация совместного производства противопожарных покрытий для литейной промышленности «Уралхимпласта» и «Huettenes-Albertus Chemische Werke GmbH» (mvs.midrual.ru. 20.07.2017). Выбор специальной поддерживающей инфраструктуры свидетельствует об эффективности оказываемого ею

стимулирования. Географически экспортноориентированные локализованные зарубежные производства охватывают целый ряд российских регионов, что свидетельствует об определённом распределении производственной привлекательности среди российских территорий.

Оценка вклада локализации в развитие российской производственной и экспортной базы

Актуально рассмотреть, какие эффекты приносит локализация зарубежного производства, в том числе для российского экспорта, т.е. является ли эта локализация зарубежного производства в России в какой-то степени экспортноориентированной. На *рисунке* представлена модель возможных эффектов, возникающих в ходе реакции на глобальные вызовы в части стимулирования локализации. Для анализа был взят рейтинг крупнейших по объёму реализованной продукции российских компаний АЦ «Эксперт» за 2017 г., учитывающий и представительства иностранных компаний. Так как предмет исследования – экспортноориентированная локализация, то из этого рейтинга были выбраны:

- иностранные компании, у которых есть представительства в России;
- есть не только сбытовые, но и производственные представительства;
- осуществляющие или планирующие осуществлять экспорт из России произведённой в России продукции.

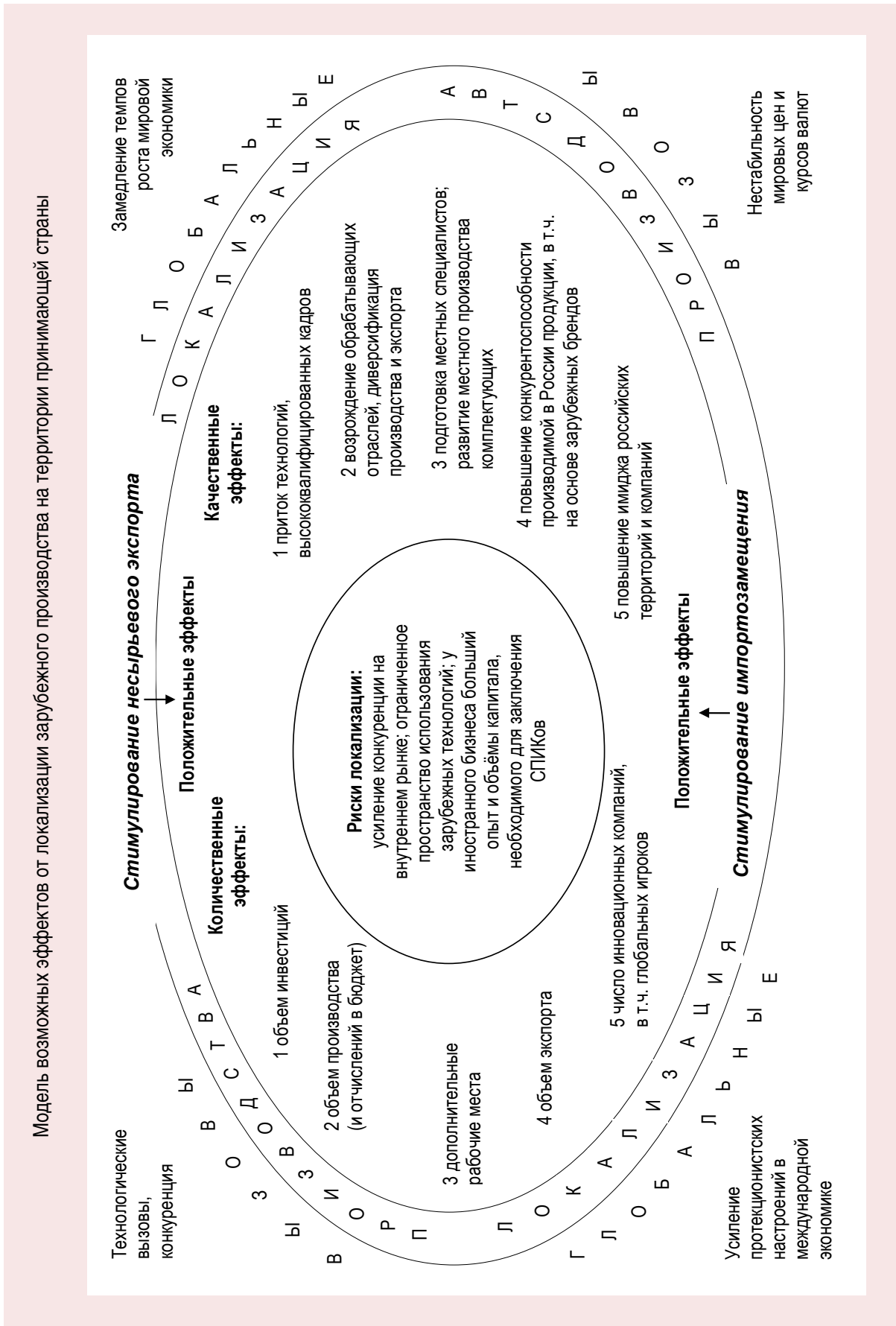
Рассмотрим выделенные на рисунке эффекты подробнее.

Количественные эффекты:

1. Вложение (рост объёма) инвестиций в обрабатывающую промышленность, т.к. локализация производства чаще всего относится к ней. Так, совокупные капиталовложения по СПИКа, заключённым с зарубежными компаниями, представленным на сайте Минпромторга (minpromtorg.gov.ru) (все СПИКи из табл. 2, не включая два по производству легковых автомобилей, по которым нет данных), составляют 3,9% от совокупных инвестиций в основной капитал в обрабатывающие производства в России в целом⁶.

⁵ Рейтер Т. Быстро, выгодно, надёжно (интерв. с компаниями «Эмерсон», «Данфосс» и др.) // Промышленно-строительное обозрение. 2015. № 165. (по: <http://stroyruls.ru/pso/2015/165-iyul-2015/96357/> (обращ.: 25.3.2019)).

⁶ Рассчитано также по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018 / Росстат. М., 2018. Табл. 11.7.



2. Вкладываемые инвестиции способствуют развитию объёмов производства. Анализ по компаниям показывает, что в рейтинге 400 крупнейших в России по объёму реализованной продукции компаний («Эксперт-400») ⁷ представлено около полусотни (58) представительств иностранных компаний. Из этих компаний около трёх десятков (32 компании, по которым имеется информация в прессе о наличии производственных представительств в России и об их экспорте информация об экспорте из России компаний рейтинга бралась из Интернет-пресс-релизов: из газет, сайтов компаний и органов власти, информационных агентств) осуществляли или рассматривали вариант осуществления локализации, предполагающей также и экспорт, или 8,3% от общего числа. Расчёт по данным «Эксперт-400» показывает, что приведённые в нём представительства этих компаний обеспечивают 4,4% общего объёма реализации продукции всех компаний рейтинга. Соответственно, обеспечиваются и поступления в бюджет.

3. Эти производства создают дополнительные рабочие места. Данные о численности занятых в представительствах этих компаний в рейтинге приведены только для четырёх случаев: в трёх случаях (производственные представительства) — это в среднем 3,4 тыс. чел., в случае ещё одного, торгового, представительства — она значительно (в 2½ раза) выше средней по рейтингу (при этом (согласно сайту компании) 1/2 объёма её продукции, реализуемой в России, производится в России).

4. Таким образом, условия, в которых зарубежным компаниям выгоднее перемещать производство в Россию, чем ввозить в неё товар, стимулируют и экспорт из России: более половины иностранных компаний, представительств которых вошли в рейтинг, имея (или организуя) в России производство, созданное с участием зарубежных технологий, осуществляли из России экспорт или задумывались о нём. Некоторые из этих компаний (7) входят в топ-200 крупнейших экспортёров России ⁸.

⁷ Эксперт-400. Рейтинг крупнейших компаний России по итогам 2017 г. // АЦ «Эксперт» [Сайт]. 29.10.2018. URL: <http://www.acexpert.ru/table/2018/ekspert-400/?table=27880> (обращ.: 1.2.2019).

⁸ Рейтинг крупнейших экспортёров России 2017 г. // АЦ «Эксперт» [Сайт]. <http://expert.ru/dossier/story/rating200/> (обращ.: 25.03.19).

Как показывает обзор прессы, часть из компаний, представленных в «Эксперт-400», ещё только планируют экспорт из России или начали экспортировать в последние годы: например, «KIA», «Samsung» (стиральные машины), «Hyundai» (СПИК), «Sanofi» (СПИК), «Sony Electronics» (krasnews.com. 10.02.2015; сайты компаний; vestifinance.ru. 25.12.2018; Рос. газета. Спецвып. №110. 23.05.2018.; Коммерсантъ. 29.08.2016). У части компаний экспорт уже налажен: например, «Nokian Tyres», «Procter & Gamble», «Volkswagen», «Toyota» (Ведомости. 19.10.2017; ТАСС. 01.06.2017; Рос. газета. 20.7.2018; Ведомости. 19.10.2017). У части компаний есть планы по наращиванию экспорта. Так, «КАМАЗ» планировал (в 2017 г.) за 5 лет утроить экспорт, в т.ч. предполагалось, что 1/2 поставок составят грузовики с кабинами и узлами «Mercedes-Benz» (Ведомости. 17.07.2017); и т.д. (см. вставку).

СПИКи, иностранные компании, контрагенты которых не входят в топ-400, также в большинстве своём предусматривают возможность осуществлять экспортные поставки (например, с «Мазда-Соллерс», «ВИЛО РУС», «Хамилтон-Наука», «Исузу Соллерс», по строительству Ульяновского станкостроительного завода, по производству комплектующих для ветроэнергетики (с «Vestas») и др.) или уже осуществляют (с «Claas») (ТАСС. 03.09.2016; Коммерсантъ. 19.07.2018 (№126); ulgov.ru. 30.09.2016; Коммерсантъ (Самара). 20.02.2018. (№31); minpromtorg.gov.ru. 13.10.2017; сайты компаний) (см. вставку).

Надо отметить, что планируемая корректировка инструмента СПИК, версия «СПИК 2.0», помимо повышения нижнего порога инвестиций и предоставления субсидий, гарантий и льгот и повышения срока действия контрактов, а также расширения перечня отраслей, отличается от предыдущей версии как раз тем, что предоставляет инвесторам преференции при отправлении ими части продукции (не менее 15%) на экспорт (Expert Online. 22.6.2018). Это соответствует Указу Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 г.» от 07.05.2018 г. № 204, в котором поставлена задача создания высокопроизводительного экспортноориентированного сектора, прежде всего в обрабатывающей промышленности и АПК. Как отме-

Примеры иллюстрации полученных и возможных позитивных эффектов от локализации (объёмы производства, инновационность, экспорт, рабочие места)

«Дайлмер» (в т.ч. «Mercedes-Benz») (СПИК): для создаваемого производства полного цикла в Московской области предполагалась планируемая мощность 20 тыс. машин (и около тысячи рабочих мест), для совместного с «КаМАЗ» производства кабин (самого современного поколения) – до 55 тыс. кабин (часть предполагается использовать в машинах на экспорт);

«Hyundai»: завод в Санкт-Петербурге имеет более 2 тыс. рабочих мест и мощность 200 тыс. машин (СПИК предполагает экспорт 1/10);

«АвтоВАЗ» (с участием «Renault»): в 2016 г. отгружено за рубеж 17,3 тыс. автомобилей и машинокомплектов;

«Исузу Соллерс» (СПИК): планируется производство мощностью 47,5 тыс. машин. Новый среднетоннажный грузовой автомобиль, по предположению экспертов, будет в том числе экспортироваться;

«Toyota» (филиал в России): проектная производственная мощность к 2016 г. была увеличена до 100 тыс. автомобилей. Экспорт в Казахстан осуществляется с 2012 г. За 8 месяцев 2017 г. поставки в Казахстан и Белоруссию увеличились на 70%;

«Nokian Tyres» (филиал в России): 2/3 продукции экспортируется;

СПИКи по организации производства станков (с «DMG MORI») и ветроэнергетических установок (с «Vestas») предполагают экспорт определённой доли продукции;

«Claas» (комбайны и трактора, СПИК): большая часть комплектующих поставляется в Германию, а некоторые комбайны – в СНГ;

«Procter & Gamble» (филиал в России): около ¼ продукции завода в Тульской области экспортируется;

«Samsung Electronics» (филиал в России) в 2016 г. начал экспорт стиральных машин в Европу (в 20 стран);

В целом, по экспорту стиральных машин Россия заняла 8-е место в 2015 г.;

В экспорте сигарет локализованные производства в 1-м полугодии 2015 г. имели ¾.

Источник: Интернет-пресс-релизы из газет, сайтов представленных компаний и органов власти, информационных агентств (REGNUM. 20.06.2017; Vestifinance.ru. 25.12.2018; Ведомости. 15.08.2017, 19.10.2017, 26.08.2015; Коммерсантъ. 24.05.2018, 19.07.2018 (№126); Коммерсантъ (Самара). 20.02.2018 (№31), 29.05.2018 (№91); ulgov.ru. 30.9.2016; ТАСС. 1.6.2017; Рос. газ. 24.11.2016).

чает заместитель министра промышленности и торговли В.С. Осьмаков, экспорт в настоящее время служит ключевым критерием конкурентоспособности проектов (Коммерсантъ. № 237. 20.12.2017. С. 9). Если взять долю в 15% за гипотетический ориентир для оценки возможного экспорта компаний из рейтинга-400, потенциально имеющих отношение к экспортоориентированной локализации, то совокупный их экспорт с учётом приведённого в рейтинге объёма производства, по нашим расчетам, мог бы составить 2,4% общероссийского экспорта. Причем это продукция обрабатывающей промышленности.

Качественные эффекты:

1. Зарубежные компании, осуществляющие локализацию производства в России, обеспечивают приток технологий и высококвалифицированных специалистов как носителей навыков обращения с ними. Так, это относится

к случаям СПИК, которые предполагают освоение производства продукции, не имеющей аналогов в России, например фармацевтической («Санофи-Авентис»: первое производство инсулинов полного цикла), ветроэнергетической («Vestas» и «ВИНДАР-РУС») (minpromtorg.gov.ru. 17.11.2018).

2. Случаи локализации, способствуя импортозамещению, осуществляют вклад в возрождение российских обрабатывающих отраслей и, таким образом, в улучшение отраслевой структуры производства и экспорта (диверсификация и повышение степени обработки). Почти все осуществляющие локализацию зарубежные компании, экспортирующие или рассматривающие экспорт, из рейтинга «Эксперт-400» и «Эксперт-200 (экспорт)», относятся к обрабатывающей промышленности, в 5 случаях доля несырьевого экспорта составляет почти 100%. Среди отраслей

Таблица 3. Импорт товаров (выборочно), по которым имеются локализованные производства, базисная динамика (к 2013 г., по стоимости), число раз

Товарные группы	2014	2015	2016	2017
Приёмники телевизионные	0,83	0,41	0,35	0,48
Автомобили легковые	0,77	0,38	0,36	0,39
Насосы и компрессоры	0,84	0,55	0,32	0,44
Ж.-д. подвижной состав	0,57	0,14	0,13	0,20

Рассчитано по: Рос. стат. ежегодник / Росстат. 2018. Табл. 25.19; 2016. Табл. 26.22.

Таблица 4. Рост производств (выборочно), по которым существует локализация, после спада 2014–2015 гг., базисная динамика (к 2013 г., по стоимости), число раз*

Товарные группы	2014	2015	2016	2017
Тракторы	0,88	0,72	0,83	0,96
Автомобили легковые	0,88	0,63	0,58	0,70
Автомобили грузовые	0,74	0,62	0,67	0,79
Комбайны зерноуборочные	0,95	0,76	1,05	1,31
Стиральные машины	1,00	0,90	1,03	1,15

* Справочно: по стиральным машинам показатель также значение 2012 г.: 0,87. Источник: рассчитано по: Рос. стат. ежегодник / Росстат. 2018. Табл. 16.36-38; 2016. Табл. 14.47-49.

— автомобилестроение («KIA», «Hyundai», «Renault», «Nissan», «BMW», «Volvo», «Toyota», «Volkswagen», «Mercedes-Benz»), производство техники и оборудования, включая электронику («Siemens», «LG Electronics», «Samsung Electronics», «Sony Electronics»), табачная промышленность, бытовая химия («Procter & Gamble», «Henkel»), фармацевтика («Sanofi»), производство автошин («Nokian Tyres»), косметика и парфюмерия («L’Oreal» и «Л’Этуаль»); пищевая промышленность («Nestle», «Danon»), семеноводство («Syngenta»), производство упаковки («Tetra Pak»), товаров для дома («IKEA», «Leroy Merlin»). Многие из этих компаний используют передовые (инновационные) технологии.

СПИКи с зарубежными компаниями (табл. 2), которые заключались с 2016 г., вносят вклад в создание и/или модернизацию производств, которые призваны решать задачи импортозамещения по причине снижения их объемов: так, в 2015 г. производство тракторов уступало в 1½ раза уровню 2005 г., производство металлорежущих станков — в 1,9 раза уровню 2002 года⁹ и т.д. По ряду товаров, по которым было создано локализованное производство, импорт с 2015 г.

⁹ Рос. стат. ежегодник. 2010–2018. М.: Росстат, 2010–2018. Гл. «Добыча полезных ископаемых и обрабатывающие производства...».

снизился (табл. 3). В то же время по ряду товаров, по которым было создано локализованное производство, производство растёт, восстанавливаясь после спада 2014–2015 гг. (табл. 4).

3. Положительное влияние локализации состоит и в том, что с учетом требования к локализации зарубежные предприятия заинтересованы в образовании и развитии российских производств комплектующих и в подготовке местных технических, инженерных специалистов. Например, запущены пилотные проекты подключения российских малых и средних предприятий (МСП) к цепочкам поставок немецких концернов, в частности «ВИЛО РУС» и «ГЕА Рефрижерейшн РУС» (оборудование для энергетики и нефтегазовой отрасли). Это даёт возможность МСП пользоваться «дивидендами» факторов успеха крупного международного бизнеса [21, с. 908].

4. Участие зарубежных технологий и международно признанных, узнаваемых брендов повышает конкурентоспособность производимой в России с их использованием продукции, облегчает ей выход на мировой рынок. Так, в экспортной успешности «АвтоВАЗа» (Ведомости. 15.8.2017) (см. вставку) определённую роль сыграл «Renault». Обладая мировыми брендами, локализованные иностранные производства нередко имеют немалую долю в российском экспорте по соответствующей позиции,

к примеру по стиральным машинам, сигаретам Рос. газ. 24.11.16; Ведомости. 26.8.2015) (см. вставку).

5. Российские компании, участвующие в цепочках создания стоимости зарубежного локализуемого производства, получающие возможность нанять специалистов, получивших опыт работы на таких производствах, сами повышают свою квалификацию и имидж. Повышается имидж и у региона, принимающего локализованное производство.

Риски. Вместе с тем нельзя не отметить, что существуют как внешние, так и внутренние риски. Так, влияние на локализацию оказывает неблагоприятный внешнеэкономический климат России, связанный с введением зарубежными странами санкций. Это ограничивает возможности привлечения технологий и инвестиций, производственного сотрудничества. Кроме того, пространство использования зарубежных технологий ограничено конкретными локализуемыми производствами и, таким образом, ограничено распространение модернизационного эффекта. Как отмечается в литературе, зарубежные компании в России не спешили с инвестициями в расширение производства, создание сети исследовательских центров и развитие сети компаний – поставщиков комплектующих в автомобильной отрасли. Одной из причин называется низкий объём производства в расчёте на модель. Так, если в Китае и Бразилии это 60 тыс. ед., то в России – 27 тыс. (Подхалюзина В.А. [1, с. 64-65]). Кроме того, часть эффекта от добавленной стоимости идёт зарубежным компаниям. Поэтому, несмотря на значимость локализации, актуальной остаётся реализация отечественного предпринимательского и управленческого потенциала, капитала и технологий.

Также, как было отмечено при анализе теоретических основ локализации, она может усиливать конкуренцию для отечественных производителей [7, с. 23; 6, с. 23], особенно, в случае возможного снижения издержек иностранных компаний, в том числе благодаря удешевлению себестоимости, получению национального статуса для продукции, более высоким стандартам качества и известности бренда, что позволяет зарубежным инвесторам претендовать на определённую долю рынка принимающей страны.

Кроме того, с учётом наличия крупных компаний за рубежом и высокого валютного курса, у иностранного бизнеса больше шансов для заключения СПИКов и получения гарантий и преференций со стороны правительства. Хотя для российского бизнеса также предусмотрены особые условия в технопарках и особых экономических зонах и льготное адресное кредитование, но всё же возвращение крупных компаний-лидеров в высокотехнологичной сфере, в том числе ведущих глобальных игроков, пока остаётся актуальной задачей.

Заключение

Таким образом, стратегия локализации на различных этапах мирохозяйственного развития имеет различную мотивацию. Если под воздействием интенсивной интернационализации (со 2-й половины XX в.) мотивом была потребность принимающих развивающихся стран в инвестициях и технологиях и стремление развитых стран к сырью и низкой стоимости труда, то на этапе современной глобальной рецессии развитые страны стремятся к возврату выведенных производств на фоне новых технологий. В России локализация стала распространяться, с одной стороны, в связи со стремлением ТНК сохранить рынки в условиях экономической рецессии, с другой – благодаря отечественным государственным мерам по импортозамещению (например, СПИК). Развитие локализуемых компаниями экспорта стимулируется мерами принимающей экономики по развитию несырьевого экспорта.

В России СПИК выступает важным инструментом стимулирования и одной из крупнейших по масштабу форм локализации зарубежного производства, предусматривая, что инвестор, дающий обязательства, в том числе по экспорту, получает льготы и гарантию стабильности. Инвесторов также привлекают площадки с готовой инфраструктурой, в частности индустриальные парки и ОЭЗ, где предоставляются льготы. Анализ СПИКов, рейтинга крупнейших российских компаний, учитывающего представительства иностранных компаний, и информации из прессы показал, что в условиях стимулирования импортозамещения и поддержки несырьевого экспорта примеры локализации являются также случаями экспорто-ориентированного импортозамещения.

При этом локализация оказывает ряд положительных эффектов — как количественных: рост инвестиций и налоговых поступлений, объёмов производства и экспорта; создание рабочих мест; так и качественных: приток технологий и специалистов; импортозамещение, вклад в возрождение российской обрабатывающей промышленности; улучшение отраслевой структуры производства и экспорта; подготовка местных специалистов, развитие местного производства комплектующих; повышение конкурентоспособности производимой в России продукции; повышение имиджа российских территорий и участвующих российских компаний.

Вместе с тем, существуют и определенные ограничения получения положительных эффектов и риски, связанные с неблагоприятным внешнеэкономическим климатом, ограниченностью распространения модернизационно-

го эффекта и получения эффекта от добавленной стоимости, а также с конкуренцией для отечественных производителей. Актуальным остаётся вопрос возвращивания национальных российских компаний на основе реализации отечественного предпринимательского и управленческого потенциала, капитала и технологий.

Таким образом, в теоретическом плане вклад состоит в развитии теоретических положений, обосновывающих мотивы использования стратегии локализации зарубежных производств принимающими экономиками на различных этапах мирохозяйственного развития с середины XX в. по настоящее время, а также в систематизации получаемых страной в процессе локализации эффектов и их оценке на примере России. В практическом плане результаты могут применяться при оценке эффектов локализации на различных уровнях: федеральном, региональном, отдельных проектов.

Литература

1. Подхалузина В.А. О мероприятиях по увеличению притока инвестиций в российскую автомобильную промышленность // Вестник Московского автомобильно-дорожного гос. технич. ун-та. 2015. № 1 (40). С. 63–67.
2. Кондратьев В.Б. Политика локализации производства как инструмент модернизации // Мировая экономика и международные отношения. 2017. Т. 61. № 1. С. 67–77. DOI: 10.20542/0131-2227-2017-61-1-67-77
3. Tomiura E. *Cross-Border Outsourcing and Boundaries of Japanese Firms*. Singapore: Springer, 2018. 251 p. Available at: <https://doi.org/10.1007/978-981-13-0035-6>
4. Зарицкий Б.Е. Немецкий автопром в эпоху глобализации // Мир новой экономики. 2016. № 2. С. 88–94.
5. Лукьянов С.А., Драпкин И.М. Глобальные цепочки создания стоимости: эффекты для интегрирующейся экономики // Мировая экономика и международные отношения. 2017. Т. 61. № 4. С. 16–25. DOI:10.20542/0131-2227-2017-61-4-16-25
6. Nguyen-Huu T.T., Nguyen-Khac M. Impacts of export-platform FDI on the production of upstream industries – Do third country size, trade agreements and local content requirement matter? Evidence from the Vietnamese supporting industries. *Economics*, 2017, vol. 11, no. 22, pp. 1–31. Available at: <http://dx.doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2017-22>.
7. Ghauri P.N. Multinational enterprises and sustainable development in emerging markets. In: Bergé J.-S. et al. (Eds.). *Global Phenomena and Social Sciences*. Springer, Cham, 2018. 147 p. Pp. 21–36. DOI: 10.1007/978-3-319-60180-9_2
8. Hagan A.J., Rogers J.C. Trade models and the multinational corporation: a comparison of Asian and Latin American Experience. In: Hawes J.M., Glisan G.B. (Eds.). *Proceedings of the 1987 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference*. Springer, Cham, 2015. 534 p. Pp. 509. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-17052-7>
9. Kalyuzhnova Y., Nygaard C.A., Omarov Y., Saparbayev A. *Local Content Policies in Resource-rich Countries*. London: Palgrave Macmillan, 2016. 235 p. DOI: 10.1057/978-1-137-44786-9
10. Кадочников С.М., Федюнина А.А. Влияние компаний с иностранными инвестициями на экспортную активность российских фирм: размер имеет значение // Вопросы экономики. 2017. № 12. С. 96–119.
11. Ettmayr C., Lloyd H. Local content requirements and the impact on the South African renewable energy sector: A survey-based analysis. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 2017, no. 20 (1). Available at: <https://doi.org/10.4102/sajems.v20i1.1538>

12. Onyekwena C., Ademuyiwa I., Uneze E. Trade and foreign direct investment nexus in West Africa: does export category matter? In: Seck D. (Ed.). *Investment and Competitiveness in Africa (Book Series: Advances in African Economic, Social and Political Development)*. Springer, Cham. (Switzerland), 2017. 213 p. Pp. 109–133. DOI: 10.1007/978-3-319-44787-2_6
13. Финашин А.А. Локализация немецких компаний в России // ЭКО. 2016. № 3. С. 184–189.
14. Хейфец Б.А., Чернова В.Ю. Глобальные ТНК в России в условиях импортозамещения // Россия вчера, сегодня, завтра. 2018. № 4 (101). С. 30–45. DOI: 10.31249/rsm/2018.04.03
15. Спицын В.В., Рыжкова М.В. Локализация производства на предприятиях обрабатывающей промышленности России в разрезе форм собственности // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2017. № 40. С. 53–55.
16. Актуальные вопросы разработки экспортной стратегии региона : моногр. / под общ. ред. Ф.Н. Завьялова. Ярославль : Ярослав. гос. ун-т, 2018. 268 с.
17. Волков А.М. Иностранные инвестиции в экономику Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Мировая экономика и международные отношения. 2018. Т. 62. № 6. С. 67-76. DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-6-67-76
18. Бельченко М.А., Гарсия Л.В. Российская экономика в условиях санкций: векторы давления и уровень независимости // Ученые записки Санкт-Петерб. филиала Российской таможенной академии. 2018. № 3 (67). С. 27–32.
19. Германия. 2017 : [моногр.] / [В.Б. Белов и др ; отв. ред. В.Б. Белов]. М. : Ин-т Европы РАН, 2018. 140 с.
20. Гутник А.В., Трофимова О.Е. Европейские инвестиции в Калужской области: особенности в условиях санкций // Мировая экономика и международные отношения. 2018. Т. 62. № 9. С. 81–87. DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-9-81-87
21. Andreeva E.L., Simon H., Karkh D.A., Glukhikh P.L. Innovative entrepreneurship: a source of economic growth in the region. *Economy of Region (Russia)*, 2016, vol. 12, no. 3, pp. 899–910. DOI: 10.17059/2016-3-24

Сведения об авторах

Юлия Георгиевна Лаврикова – доктор экономических наук, доцент, директор, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (620014, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Московская, д. 29; e-mail: lavrikova_ug@mail.ru)

Елена Леонидовна Андреева – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры, Уральский государственный экономический университет (620144, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 62), руководитель центра, ведущий научный сотрудник, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (620014, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Московская, д. 29; e-mail: elenandr@mail.ru)

Артем Витальевич Ратнер – кандидат экономических наук, научный сотрудник, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (620014, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Московская, д. 29; e-mail: aratner@inbox.ru)

Lavrikova Yu.G., Andreeva E.L., Ratner A.V.

Localization of Foreign Production as a Tool to Develop the Export Base of the Russian Federation

Abstract. The relevance of our paper lies in the fact that in the conditions of the “new normality” of the world economy and amid international competition and protectionist measures, developed partner countries of Russia replace imports with localization of production. The main idea and goal of the paper is to substantiate the essence of the strategy of localization of foreign production for various stages of geo-economic development and the implications for the national economy. Its scientific novelty consists in the fact that it develops theoretical provisions that identify motives for the use of the strategy of

foreign production localization by host economies at various stages of geo-economic development; the paper also classifies and assesses possible effects that a country obtains in the process of localization (on the example of Russia). We use the following research methods: analysis of localization experience of different groups of countries; synthesis of the experience of localization of foreign production in Russia in terms of using the institutional framework to promote localization and systematization of localization effects based on the analysis of the opinions of its participants and content analysis of press releases about their activities (companies included in the rating of major companies operating in Russia, and the list of special investment contracts); statistical analysis of the relative scale and some effects of localization; and analysis of the regulatory framework. The analysis has revealed that in the context of global challenges for foreign companies the localization of production in Russia, involving exports, becomes a way to preserve their positions in the Russian market. It provides the Russian economy with a number of positive effects, both quantitative (growth of investments, production and export volumes, tax revenues, and the number of jobs) and qualitative (inflow of technologies and specialists; import substitution, contribution to the revival of manufacturing; diversification of production and exports; training of local specialists, development of local production of components; improving the competitiveness of products produced in Russia and the image of Russian territories and participating companies). The results allow us to move toward the formation of a comprehensive vision in assessing the impact of the institutional factor on the foreign economic activity of territories.

Key words: localization of foreign production, localization motives, export-oriented localization, positive effects of localization, expanding production and export, technologies and brands, institutional support of localization, import substitution.

Information about the Authors

Yuliya G. Lavrikova – Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Director, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (29, Moskovskaya Street, Yekaterinburg, 620014, Russian Federation; e-mail: lavrikova_ug@mail.ru)

Elena L. Andreeva – Doctor of Sciences (Economics), Professor, professor at department, Ural State University of Economics (62, Vos'mogo Marta Street, Yekaterinburg, 620144, Russian Federation), Head of the Center, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (29, Moskovskaya Street, Yekaterinburg, 620014, Russian Federation; e-mail: elenandr@mail.ru)

Artem V. Ratner – Candidate of Sciences (Economics), Researcher, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (29, Moskovskaya Street, Yekaterinburg, 620014, Russian Federation; e-mail: aratner@inbox.ru)

Статья поступила 30.05.2019.