

УДК 336.647

**ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В
КОМПАНИИ-
ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ**

Герман А. А.¹*студент**Финансовый университет при правительстве Российской Федерации**Москва, Россия***Аннотация**

В условиях глобализации мировой экономики привлечение иностранных инвестиций является одним из ключевых факторов развития компаний, обеспечивающим их устойчивый рост, повышение конкурентоспособности и внедрение инновационных технологий. В современных реалиях компании, производящие продукцию народного потребления, сталкиваются с необходимостью поиска новых источников финансирования и расширения рынка сбыта. Компании, работающие в сфере производства продукции народного потребления, функционируют в условиях высокой конкуренции, обусловленной как внутренними, так и внешними факторами. Динамичность потребительских предпочтений, технологическое развитие и рост цифровых платформ диктуют необходимость модернизации производства, улучшения качества товаров и внедрения инноваций. В этом контексте привлечение иностранных инвестиций становится важным инструментом достижения стратегических целей компаний, так как обеспечивает приток капитала, инновационных решений и передового опыта управления.

Ключевые слова: инвестиции, иностранные инвестиции, стратегия привлечения инвестиций.

¹ Научный руководитель – Погодина Т. В., доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента финансового и инвестиционного менеджмента Финансового университета при Правительстве РФ
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ATTRACTING FOREIGN INVESTMENTS IN COMPANIES-PRODUCERS OF CONSUMER PRODUCTS

German A.A.

student

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Abstract

In the context of globalization of the world economy, attracting foreign investment is one of the key factors in the development of companies, ensuring their sustainable growth, increasing competitiveness and introducing innovative technologies. In modern realities, companies producing consumer goods are faced with the need to find new sources of financing and expand their sales market. Companies operating in the field of manufacturing consumer goods operate in conditions of high competition due to both internal and external factors. The dynamism of consumer preferences, technological development and the growth of digital platforms dictate the need to modernize production, improve the quality of goods and introduce innovations. In this context, attracting foreign investment is becoming an important tool for achieving the strategic goals of companies, as it provides an influx of capital, innovative solutions and advanced management experience.

Keywords: investments, foreign investments, investment attraction strategy.

Иностранные инвестиции, по своей сути, предполагают передачу иностранными субъектами ресурсов — финансовых, технологических и управленческих — принимающей стороне с целью извлечения прибыли, выступая для последней источником дополнительного капитала, стимулирующим развитие инфраструктуры, повышение квалификации персонала и интеграцию в глобальную экономику [2]. Для компаний, специализирующихся на производстве товаров народного потребления, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

данный процесс приобретает особую актуальность, учитывая высокую чувствительность этого сектора к макроэкономическим колебаниям, требующую гибкости и адаптации к динамике рынка. Работая в условиях интенсивной конкуренции, обусловленной как внутренними, так и внешними факторами, такие предприятия сталкиваются с необходимостью постоянной модернизации, улучшения качества продукции и внедрения инноваций, что делает иностранные инвестиции ключевым инструментом реализации стратегических целей, обеспечивающим приток капитала, передовых технологий и управленческого опыта [3,4].

Привлечение иностранных инвестиций в пищевую промышленность представляет собой сложный процесс, обусловленный уникальными характеристиками данного сектора. В отличие от других отраслей, производящих товары народного потребления, пищевая промышленность сталкивается с повышенными требованиями к безопасности продукции, зависимостью от качества сырья и необходимостью соблюдения жестких санитарно-гигиенических стандартов. Эти факторы формируют специфические риски и возможности для международных инвесторов, вынуждая компании-реципиенты демонстрировать не только финансовую устойчивость, но и способность к интеграции в глобальные системы контроля качества и логистики [1].

Ключевой особенностью пищевой промышленности является её прямая зависимость от агропромышленного комплекса и климатических условий. Нестабильность поставок сельскохозяйственного сырья, вызванная сезонностью, эпидемиологическими рисками или изменением погодных паттернов, повышает волатильность издержек. Для иностранных инвесторов это создает необходимость оценки не только экономических показателей компании, но и устойчивости её цепочки поставок. Интеграция вертикально-ориентированных структур, включающих контроль от этапа закупки сырья

до дистрибуции, становится критическим аргументом при привлечении капитала.

Регуляторные барьеры в пищевой промышленности носят многоуровневый характер. Помимо общих требований к ведению бизнеса, компании обязаны соответствовать национальным и международным нормам безопасности, что требует значительных затрат на сертификацию и модернизацию производственных линий. Для иностранных инвесторов подобные стандарты становятся фильтром при отборе объектов финансирования: только предприятия, способные гарантировать прозрачность и соответствие международным протоколам, получают доступ к долгосрочным инвестициям. При этом регуляторная среда может выступать и стимулом: налоговые льготы на локализацию производства или субсидии для внедрения «зеленых» технологий переработки отходов повышают привлекательность сектора.

Особую роль играет брендинг и потребительская лояльность. Пищевая промышленность в большей степени, чем другие сегменты товаров народного потребления, зависит от культурных и социальных предпочтений. Даже в условиях глобализации локальные вкусовые привычки и традиции формируют устойчивый спрос на определенные категории продуктов. Для инвесторов это создает дилемму: с одной стороны, стандартизация продукции позволяет экономить на масштабе, с другой — избыточная унификация может привести к потере рыночной доли. Успешные стратегии привлечения капитала, как правило, предполагают баланс между сохранением аутентичности продукта и адаптацией к международным трендам, таким как снижение содержания сахара, использование растительных аналогов или органических ингредиентов.

ESG-требования оказывают растущее влияние на инвестиционные решения в пищевой промышленности. Ожидания сокращения углеродного

следа, перехода на возобновляемые источники энергии и минимизации пищевых отходов трансформируют производственные процессы. Компании, внедряющие циклические модели экономики (переработка отходов в биогаз, использование воды замкнутого цикла), не только снижают операционные издержки, но и привлекают финансирование от фондов, специализирующихся на устойчивом развитии. При этом ESG-факторы в пищевой промышленности тесно связаны с репутационными рисками: скандалы, связанные с нарушением экологических или социальных норм, могут привести к оттоку инвесторов и потере рыночных позиций.

Макроэкономическая стабильность остается базовым условием, однако в пищевой промышленности её влияние опосредовано спецификой спроса. Даже в условиях инфляции или валютных колебаний спрос на продукты питания сохраняет относительную неэластичность, что снижает риски резкого падения выручки. Однако маржинальность сектора, часто не превышающая 8–12%, делает компании чувствительными к росту себестоимости сырья и энергоносителей. Для иностранных инвесторов это актуализирует запрос на хеджирование рисков через долгосрочные контракты с поставщиками или использование фьючерсных инструментов [5,6].

Корпоративное управление и финансовая прозрачность выступают критическими факторами доверия. В условиях высокой конкуренции и низкой дифференциации продукции инвесторы уделяют особое внимание эффективности управления издержками и долговой нагрузкой. Внедрение международных стандартов отчетности и регулярный аудит цепочек поставок становятся обязательными элементами подготовки к сделкам. Для средних предприятий, доминирующих в секторе, ключевым вызовом остается высокая стоимость соответствия этим требованиям, что требует разработки государственных или отраслевых программ поддержки.

Таким образом, привлечение иностранных инвестиций в сектор товаров народного потребления представляет собой многоаспектный процесс, требующий баланса между благоприятным инвестиционным климатом, эффективным регулированием и защитой прав инвесторов. Стратегическая цель компаний заключается не только в мобилизации капитала, но и в построении долгосрочного партнёрства, обеспечивающего технологический прогресс, расширение рыночного присутствия и укрепление конкурентоспособности на международном уровне. Успех такого взаимодействия зависит от способности гармонизировать интересы всех сторон, минимизировать регуляторные и операционные риски, а также создать условия для сотрудничества, отвечающего требованиям динамичной глобальной экономики.

Библиографический список:

1. Аюпов А. А., Курилов К. Ю., Курилова А. А. Определение инструментов управления компанией, в зависимости от конкретной фазы долгосрочного экономического цикла // Вектор науки ТГУ. 2011. № 1. С. 185–191.
2. Иванов В. А., Головастова Т. И., Дыбов А.М. Иностранные инвестиции. — Институт экономики и управления ГОУ ВПО "УдГУ", 2009.
3. Коновалова М. Е. Особенности процесса привлечения иностранных инвестиций в экономику России на современном этапе // Экономика и управление инновациями. 2022. № 4 (23). С. 28–36.
4. Оксютик Н.А. Иностранные инвестиции в России. — СПб: СПбУЭФ, 2012.
5. Паньковская Ю.И. Стратегические подходы привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику России. — Екатеринбург: УрФУ, 2020.

6. Сидорова А. К. Понятие, сущность и факторы, влияющие на возникновение экономических рисков // Карельский научный журнал. 2012. № 1. С. 30–32.

Оригинальность 76%