

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования

Санкт-Петербургский государственный университет
Институт «Высшая школа менеджмента»

**ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ: ОЦЕНКА И ВЛИЯНИЕ НА
КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Выпускная квалификационная работа
студента 4 курса бакалаврской программы,
профиль – Логистика
БАРКОВСКОГО Дмитрия Станиславовича

(подпись)

Научный руководитель:
д.э.н., профессор
КАЗАНЦЕВ Анатолий Константинович

(подпись)

Санкт-Петербург
2016

Заявление о самостоятельном выполнении выпускной квалификационной работы

Я, Барковский Дмитрий Станиславович, студент 4 курса направления 080200 «Менеджмент» (профиль подготовки – Логистика), заявляю, что в моей выпускной квалификационной работе на тему «Интернационализация деятельности российских логистических компаний: оценка и влияние на ключевых показатели эффективности», представленной в службу обеспечения программ бакалавриата для последующей передачи в государственную аттестационную комиссию для публичной защиты, не содержится элементов плагиата. Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищённых ранее курсовых и выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Мне известно содержание п. 9.7.1 Правил обучения по основным образовательным программам высшего и среднего профессионального образования в СПбГУ о том, что «ВКР выполняется индивидуально каждым студентом под руководством назначенного ему научного руководителя», и п. 51 Устава федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет» о том, что «студент подлежит отчислению из Санкт-Петербургского университета за представление курсовой или выпускной квалификационной работы, выполненной другим лицом (лицами)».

_____ (Подпись студента)

_____ (Дата)

Оглавление

Введение.....	4
ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ.....	7
1.1 Концептуальные подходы к исследованию процессов интернационализации компаний	7
1.2 Мотивы и специфика интернационализации транснациональных логистических компаний.....	15
1.3 Организационные формы логистических транснациональных компаний.....	19
1.4 Методика исследования взаимосвязи интернационализации и ключевых показателей деятельности логистических компаний.....	25
ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ.....	29
2.1 Разработка критериев оценки уровня интернационализации логистической компании	29
2.2. Выбор показателей экономических результатов деятельности ЛО.....	35
2.3. Эмпирическое исследование параметров и формирование гипотез.....	40
Вводы по главе 2.....	45
ГЛАВА 3. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ И УРОВНЯ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	46
3.1 Формирование группы изучаемых логистических компаний.....	46
3.2 Анализ данных и проверка гипотез исследования.....	52
3.3 Описание результатов.....	60
3.4 Практические рекомендации.....	60
Выводы по главе 3.....	65
Заключение.....	66
Список использованной литературы.....	70
Приложения.....	76
Приложение 1. Эмпирические модели зависимостей взаимосвязи показателей эффективности и составляющих индекса интернационализации мультимодальных перевозчиков.....	76
Приложение 2. Эмпирические модели зависимостей взаимосвязи показателей эффективности и составляющих индекса интернационализации традиционных перевозчиков.....	78

Введение

Данная работа посвящена оценке степени влияния интернационализации на экономические результаты логистических транснациональных компаний ТНК. Интернационализация позволяет компании завоевывать новые географические рынки, получать доступ к большему числу покупателей, более дешевым материальным и трудовым ресурсам, добиваться экономии на масштабе.

В настоящее время опубликовано множество исследований, посвященных оценке влияния интернационализации, в том числе в качестве комбинированной стратегии, на экономические результаты предприятий. Проведенные исследования пролили свет на то, как эмпирически связаны упомянутые стратегии с экономическими результатами ТНК. Однако они так и не смогли определить такую форму четкой зависимости, которая позволила бы ориентироваться на результаты этих исследований в практике менеджмента компании. Поэтому, на сегодняшний день проблема отсутствия эффективного инструментария для измерения экономической отдачи от инновационной деятельности и интернационализации компаний все еще остается крайне *актуальной*.

За последние 20 лет мировая экономика достигла беспрецедентного уровня глобальной интеграции. Международные и национальные рынки становятся более свободными, а всевозможные барьеры между странами стираются. Данная тенденция охватила практически все страны мира, включая Россию: подписано множество международных соглашений; эффективно работают авторитетные международные организации, такие как ВТО (Россия член ВТО с 22 августа 2011)¹, ЕС, ОЭСР и другие; созданы зоны свободной торговли; растут объемы мирового экспорта, услуг, мирового промышленного производства; идет формирование единого общемирового экономического пространства и единого рынка производства и распределения материальных благ [Голоскоков, 2011, С. 39-57].

Логистика является своеобразным мостом, соединяющим ценовую эффективность глобальной цепи ценности и постоянно растущие требования клиентов к уровню сервиса. Из этого следует, что логистика является одним из решающих факторов успешности практически любой компании на мировой и локальной аренах. Прокофьева (Прокофьева,) утверждает, что не только развитие инструментов логистики подталкивает компании к усилению интернационализации, но и интернационализация компаний сама побуждает меняться логистические системы своими постоянно растущими требованиями к качеству

¹ World Trade Organisation (WTO) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm (дата обращения 21.03.2016)

и стоимости услуг. Логистика стала неотъемлемой частью предпринимательской стратегии. Именно поэтому в настоящее время особое значение приобрела такая тенденция, как быстрое развитие во всех странах мира области бизнеса «транспортно-логистический сервис» [Прокофьева, 2003, С. 25]. Высокоорганизованный сервис – одно из важнейших условий функционирования современной логистики. Услуги, предоставляемые организациями логистического сервиса, весьма разнообразны и носят системный характер.

Сфера логистики для России является относительно молодой². Россия существенно отстает от Западных стран в сфере логистики. Даже сегодня основной государственный интерес к логистике существует лишь в тех областях, которые приносят доход госбюджету – это энергетическая (нефте- и газопроводы) и железнодорожная инфраструктура. Мировой экономический кризис 2008 года приостановил развитие логистики в России, лишь серьезные логистические компании остались на плаву³. Но, несмотря на перечисленные проблемы ситуация стабилизируется. Увеличивается объем логистических услуг, передаваемых на аутсорсинг, который, как ожидается, будет в дальнейшем только возрастать⁴. Российские логистические компании, следуя за общемировыми тенденциями, выходят на новые рынки, увеличивают свое присутствие на уже завоеванных рынках, укрепляют и создают новые партнерские связи с иностранными компаниями, заключают стратегические альянсы, тем самым решая свои проблемы.

Поэтому, в столь сложное, но одновременно полное возможностей время, необходимость учета экономической отдачи от развития международной деятельности российских логистических компаний при принятии стратегических, тактических и оперативных решений в менеджменте является актуальной. Необходимо изучить процессы интернационализации как важное направление развития для российских логистических компаний, определить индикаторы оценки уровня интернационализации деятельности, изучить модели оценки уровня и характера влияния факторов интернационализации на экономические результаты деятельности логистических компаний, а также составить рекомендации по использованию полученных моделей в практике управления.

² Канке А. А. Логистика : учебник для сред. проф. образования / А. А. Канке, И. П. Кошечая. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2005. - 350 с.

³ Как это было: кризис не обошел логистику стороной [Электронный ресурс] // Exeсmba. – Режим доступа: <http://www.exeсmba.ru/joebloggs/article?jbai=519> (дата обращения 24.03.2016)

⁴ Елин В.А., Председатель совета директоров ЗАО "СМАРТ ЛОДЖИСТИК ГРУПП" (SLG), кандидат технических наук// Куда стремится логистический аутсорсинг в России? Проблемы современной логистики [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.samoupravlenie.ru/42-07.php> (дата обращения 24.03.2016)

Целью данной работы является разработка моделей оценки уровня и характера влияния факторов интернационализации на экономические результаты деятельности компаний логистического профиля.

В работе решаются следующие *задачи*:

- Изучение теоретической базы по предмету исследования, проведение обзора подходов к оценке уровня интернационализации компаний логистического профиля.
- Формулировка рабочих гипотез, определение индикаторов оценки уровня интернационализации деятельности логистических компаний.
- Разработка рабочих моделей взаимосвязи уровня интернационализации и экономических результатов деятельности логистических компаний.
- Подготовка рекомендации по использованию полученных моделей в практике менеджмента логистических компания.

Основная часть исследования проводилась на выборке российских логистических компаний, ведущих свою деятельность как в России так и за ее пределами. *Объектом* исследования в данной работе являются крупнейшие российские логистические ТНК. *Предмет* данного исследования – процесс интернационализация, как фактор экономического развития логистических ТНК.

В ходе работы используется *инструментарий*, который изученный в рамках бакалаврской программы ВШМ СПбГУ и в результате самостоятельного изучения, в частности: экономический анализ, изучение теоретических и практических подходов выбора направлений грузоперевозок, сбор, обработка и анализ данных, , проведение экспериментальных расчетов, использовались модели свертывания частных индикаторов интернационализации в комплексный показатель, корреляционный и регрессионный анализ связи между интернационализацией и экономическими результатами ТНК, проверка выдвинутых гипотез.

В качестве источников при выполнении работы использовались информационные и реферативные базы данных SCOPUS, Web of Knowledge, Elsevier, Springer, EBSCO, Zephyr, аналитические отчеты, аналитические отчеты, результаты опросов менеджеров российских компаний, отчетности компании, интервью с представителями компаний, информация, предлагаемая СМИ, так же базами данных, открытыми для пользования студентам СПбГУ ВШМ и научные публикации.

ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

1.1 Концептуальные подходы к исследованию процессов интернационализации компаний

В условиях глобализации существенным образом меняется положение логистического предприятия: оно становится элементом более широкой, выходящей за пределы национального рынка среды. Сама природа предприятия создает предпосылки к интернационализации его хозяйственной жизни. Издержки на логистическую деятельность, точнее потребление логистических услуг, являются крупной статьёй затрат для практически любой компании. Необходимо изучать интернационализацию логистических фирм в контексте интернационализации сервисных компаний.

В XXI в. уровень интернационализации мировой экономики достиг небывалого масштаба. По данным Всемирной торговой организации, темпы роста иностранных инвестиций и мировой торговли превышают рост мирового ВВП, что отражает растущую степень переплетения и взаимозависимости национальных экономик. Одним из наиболее существенных сдвигов в системе общественного воспроизводства является быстро возрастающая роль сферы услуг. На международном рынке услуг имеются представители практически всех государств мира. Во втором квартале 2014 г. рост экспорта услуг составил 16% по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. Россия представлена на этом рынке слабо, и для активизации ее интеграции в мировой рынок услуг необходимо всестороннее изучение международного опыта. Кроме того, среди особенностей развития мы можем выделить специализацию различных стран на определенные виды услуг. Так, преобладающими в развитых странах, таких как США, Великобритания, Франция, Швейцария, Германия, являются финансовые, телекоммуникационные, информационные и большинство отраслей деловых услуг, а развивающиеся страны характеризуются в большей степени специализацией на транспортных услугах.

Интернационализация – это процесс повышения вовлеченности компании в международные операции, под этим понимается использование в производстве зарубежных ресурсов, владение зарубежными активами, управление компанией международным менеджментом, наличие зарубежных собственников компании, продажа товаров и услуг за рубеж. Пирси [Piercy, 1981, С. 48] считает, что под процессом интернационализации компании принято принимать расширение ее международных операций. Интернационализация связана с глубокими изменениями на организационном уровне, данный процесс связан с изменениями в продуктовых и целевых рынках, в

методах ведения операций за рубежом, организационной структуре и финансах [Welch, 1988, С. 46-58].

В данном исследовании интернационализацией считается процесс, в ходе которого компания расширяет свою деятельность за пределы своего домашнего рынка, в различных формах и различных сферах деятельности.

Выход компаний на внешние рынки является одним из важнейших источников экономического роста, позволяющим компаниям не только получать доступ к новым ресурсам и новым клиентам, но и повышать инновационный потенциал. Джон Даннинг [Dunning, 1993, С. 431] в своем исследовании о различиях в уровнях продуктивности британских и американских предприятий писал о возможности использования интернационализации для повышения продуктивности предприятий, а также для развития новых технологических и управленческих способностей. Процессы политико-экономической интеграции международных рынков, развитие транспортных и телекоммуникационных технологий, конвергенция вкусов и предпочтений покупателей позволили многим компаниям успешно внедрять стратегии интернационализации. Компании начали выходить на внешние рынки не только для поиска новых клиентов или факторов производства по более низким ценам, но и для поиска компетенций [Аннушкина, 2009, С. 10].

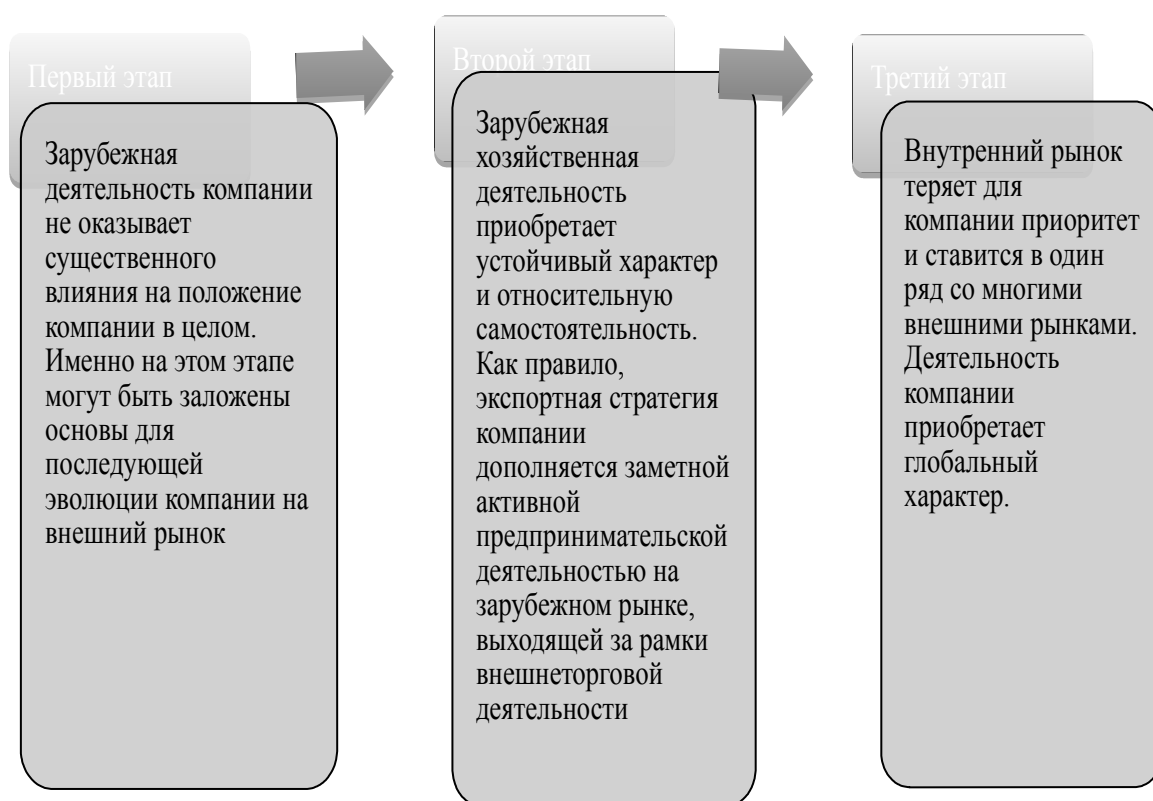
Интернационализация является кросс-предметным понятием, которое изучается как в экономике, так и в бизнесе. К примеру, Манолова [Manolova, 2010, С. 257] в своей работе утверждает, что интернационализация является жизненно важным процессом для роста и развития маленьких и новых предприятий в переходных экономиках, таких как страны центральной и восточной Европы, которые характеризуются относительно небольшим домашним рынком. Интернационализация, однако, очень важна и для российских компаний. Калоф и Бимиш [Calof and Beamish, 1995, С. 115-131] определили интернационализацию как процесс адаптации деятельности компании (стратегии, структуры, ресурсной базы и т.д.) к международной среде. Интернационализация определяется как процесс, увеличивающий уровень международных мероприятий [Welch, 1988, С. 34-55] и состоящий из большого количества таких видов деятельности как экспорт, лицензирование и инвестирование [Liu et al., 2011, С. 51]. Международная деятельность компании выражается как прямой/непрямой экспорт, экспорт через международных агентов, совместное предприятие, лицензирование и предоставление франшизы. Хотя большинство компаний начинают свою деятельность с экспорта, через определенное время многие фирм, пытаясь увеличить количество разнообразных

ресурсов, объединяются в совместные предприятия со своими иностранными партнерами, открывают филиалы за рубежом и, наконец, начинают заниматься своей операционной деятельностью на территории других государств [Agndal, Chetty, 2007, С. 1-29]. Подробнее о формах интернационализации речь пойдет далее в этой главе.

Как известно, трансформация национальной компании в международную проходит ряд этапов. Данные этапы представлены на рисунке 1.

Рис. 1

Этапы трансформации региональной компании в международную компанию



Источник: составлено автором по Климовец, 2009, С. 46-51

Эта примерная схема интернационализации деятельности компании у разных авторов представлена с той или иной степенью фрагментации, с выделением одних признаков, определяющих состояние компании на каждом из этапов, затушевыванием других, например организационных, признаков.

В исследованиях, посвященных проблемам интернационализации фирмы, выделяются два основных подхода к этому понятию – экономический, относящий интернационализацию к статическому явлению, и динамический, относящийся к интернационализации как к процессу. Подробнее самые распространенные подходы к интернационализации будут рассмотрены далее.

1.1.1 Экономический подход к интернационализации

Согласно точке зрения специалистов экономической школы, рассматривающих вопросы интернационализации, наиболее популярными являются эклектическая парадигма Д. Даннинга, которая была уже упомянута выше, теория интернационализации, транзакционных издержек О. Уильямсона [Williamson, 1970] и теория конкурентного преимущества наций М. Портера [Porter, 1990].

Эклектическая парадигма для иностранных прямых инвестиций была разработана Д. Даннингом в 70-х годах. Теория используется главным образом для объяснения деятельности мультинациональных корпораций. Парадигма призывает брать в расчет факторы собственности, месторасположения и интернационализации (OLI – Ownership-Location-Internationalization). Парадигма гласит: если фирма обладает данными преимуществами, то она в ходе международной деятельности будет осуществлять иностранные прямые инвестиции, другими словами теория сконцентрирована на рассмотрении тезиса о том, что преимущества интернационализации делают прямое иностранное инвестирование более предпочтительным по сравнению с другими стратегиями выхода на внешние рынки.

Преимущества владения (Ownership) по отношению к другим предприятиям, обслуживающим определенный рынок, являются следствием обладания материальными и нематериальными активами, менее доступными для других фирм. Преимущества владения являются следствием размера фирмы, монополистического положения, лучших ресурсных возможностей. При наличии преимуществ владения компания должна обладать некоторыми преимуществами, исходящими из характеристик экономики другого государства, иначе иностранный рынок обслуживался бы путем экспорта продукции. Преимущества местоположения (Location) определяют место размещения инвестиций и являются следствием различной стоимости факторов производства, а так же отличающихся издержками сбыта продукции на различных рынках. При реализации первых двух условий должны существовать причины выполнения данной операции внутри фирмы (преимущества интернационализации). Фактор интернационализации: при отсутствии таких преимуществ фирма может экстернализовать операцию.

Теория транзакционных издержек была сформулирована О. Уильямсоном и заключаются в следующем: фирма стремится вертикально интегрироваться, до тех пор, пока стоимость внутренней транзакции будет ниже цены рыночной организации аналогичной транзакции. Теория объясняет процессы интернационализации на основе выбора между двумя условными альтернативами — аутсорсингом и интеграцией. Фирма

может интернализировать операцию, т. е. выполнить ее силами собственных подразделений (например, открыть торговую дочернюю компанию) либо экстернализовать, т. е. воспользоваться услугами независимой фирмы (например, реализовывать продукцию через экспортную компанию) тот или иной вид деятельности. Теория базируется на трех основных постулатах:

1. Вследствие несовершенства рынка и оппортунизма его участников фирма, заключая сделки, несет определенные затраты на сделку;
2. Фирма повышает эффективность своей работы путем снижения данных затрат;
3. Общие издержки могут быть снижены путем интеграции отдельных видов.

Если при анализе компании следующие критерии оцениваются высоко: степень неопределенности о результатах сделок, частота осуществления сделок, количество инвестиций, необходимых для осуществления сделок, то тогда данный вид деятельности должен быть интернационализирован, т. е. выполнен фирмой самостоятельно. Хотя теория транзакционных издержек не рассматривает процесс интернационализации фирмы, она может быть легко применена к международной сфере. Степень неопределенности по отношению к экспортной деятельности, как правило, высока. Взаимодействия (экспортные операции) носят многократный характер. Кроме того, для осуществления экспорта обычно необходимы определенные инвестиции. Можно ожидать, что согласно данной теории, большинство компаний интернализируют экспортные операции, т. е. откроют торговые дочерние компании. Однако на практике, из-за финансовых ограничений фирмы часто используют импортеров или экспортеров (экстернализируют экспортную деятельность).

В теории конкурентного преимущества наций М. Портер, анализируя влияние национальных условий на конкурентные преимущества фирм на международных рынках, выявил четыре основных аспекта, которые должны приниматься во внимание при принятии решений об интернационализации:

1. Ресурсы - степень развития ресурсов компании влияет на компетенции фирмы в каждом конкретном типе внешней среды;
2. Стратегия фирмы, структура и конкуренция – интенсивность конкурентной борьбы в каждой принимающей стране в значительной степени воздействует на конкурентные преимущества и инновационные возможности фирмы;
3. Спрос – его характеристики в принимающей стране серьезно влияют на конкурентную позицию фирмы;

4. Поддерживающие ресурсы и виды деятельности – наличие и развитость вспомогательных отраслей в принимающей стране также выступают как фактор, воздействующий на позицию фирм.

Выделенные теории могут быть полезны менеджменту компаний для теоретического обоснования своих действий, связанных с интернационализацией. Однако они не учитывают нефинансовые ресурсы компаний, так как концентрируются только на экономических мотивах ведения зарубежных операции. Поэтому стоит обратить внимание на более поздние исследования последователей динамической школы интернационализации.

1.1.2 Динамический подход к интернационализации

Динамичный подход в исследованиях интернационализации представлен различными стадийными моделями, среди которых наиболее известной и широко применяемой является модель Уппсала [Johanson & Vahlne, 1977], получившая соответствующее название по имени университета в Швеции, где она появилась в середине 70-х годов прошлого века.

Модель Уппсала демонстрирует интернационализацию как “возрастающий” процесс, зависящий от опыта фирмы и знания внешних рынков. Основная мысль заключается в том, что знания и опыт создают дополнительные возможности для бизнеса и помогают уменьшить риски, связанные с непредсказуемостью рынков. Следовательно, знания, полученные опытным путем, являются движущей силой интернационализации. Компания может получить необходимый опыт через текущую деятельность на иностранных рынках и используя бенчмаркинг зарубежных игроков.

В начале 90х годов 20го века модель Уппсала была расширена своими авторами, они утверждают, что недостаточно ориентироваться только на одну переменную – знания. С точки зрения независимых переменных разница получается огромной. Была еще одна косвенная переменная – отношение с другими структурами на иностранных рынках, которые нельзя недооценивать. Модель рассматривает интернационализацию, как процесс накопления эмпирических знаний. Базовым объектом исследования являются «стадии» развития самой компании и ее поведение на разных этапах развития. Теория постулирует наличие положительной связи между стадией проникновения на зарубежный рынок и степенью осведомленности о зарубежном рынке. Данные стадии являются фундаментальными для возрастающего процесса обучения, стоящего за интернационализацией: стадией проникновения на зарубежный рынок и степенью осведомленности о зарубежном рынке. Согласно данной теории фирма, включающаяся в

процесс интернационализации, начинает его как можно ближе “физически” (не только с точки зрения географического расположения, но и по схожести всех характеристик бизнес-среды) к своей стране и с небольшой передачей ресурсов. С увеличением коммерческого опыта и, следовательно, лучшим пониманием зарубежного рынка компания организует производство в стране, абсолютно не похожей на ее собственную, и готова все больше инвестировать за рубежом. Понятие осведомленности о рынке означает, что компания вначале использует наименее ресурсозатратные модели вхождения на новый рынок, к примеру экспорт, а затем, увеличивая свои знания и опыт, соглашаясь принять на себя дополнительные обязательства и риски, начинает заниматься производством за рубежом.

Для сервисных компаний, к которым относятся логистические компании, две основные стадии модели Уппсала являются несостоятельными. Эмпирическим путем было доказано, что сервисные компании с самого начала могут начать экспансию в более отдаленные, с точки зрения культуры и расстояния, рынки, используя ресурсоемкие методы входа на рынок [Hellman, 1996, С. 191-208]. Кроме того, последующие входы на рынок характеризуются большей ресурсоемкостью на более отдаленных рынках [Bell, 1995 С. 65-75]. Однако, именно модель Уппсала является самой подходящей при изучении интернационализации всех компаний, в целом. Главная отличительная черта динамических концепций является их разносторонняя оценка данного вопроса, концепции не ставят на первое место экономические причины, как представители других школ. Только такой подход может объяснить действия компаний, выходящих на новые рынки, так как руководство таких компаний может руководствоваться иными целями кроме как получение сиюминутной прибыли.

В данном исследовании были рассмотрены только некоторые самые известные концепции. Существует большое количество различных концепций, однако, ни одну из них нельзя считать универсальной ввиду того, что они не могут идеально объяснить процесс интернационализации для любой компании. Краткое описание концепций представлено в таблице 1.

Сравнительная характеристика концепций интернационализации компаний

Название теории	Подход	Авторы (годы разработки теорий)	Сущность теории
Гипотеза жизненного цикла продукта.	Экономический	Р. Вернон (1960–2000 гг.)	Автор вводит понятие жизненного цикла товара от нововведения до стандартизации. При анализе автор пришел к пониманию различий в структуре капитальных ресурсов и инновационных возможностей между развитыми и развивающимися странами. При выборе страны для реализации своей продукции необходимо на начальном этапе развития выбрать развитые страны, а при дальнейшем развитии товара постепенно выходить на развивающиеся рынки.
Теория транзакционных издержек	Экономический	О. Уильямсон (1970–1996 гг.)	Пока стоимость внутренних транзакций будет меньше стоимости внешних, компания будет стремиться вертикально интегрироваться. Применительно к интернационализации: компания постоянно выбирает между двумя альтернативами — аутсорсингом и интеграцией.
Теория конкурентных преимуществ стран	Экономический	М. Портер (1990–2006 гг.)	На выбор конкурентной стратегии фирмы, влияют: структура отрасли и место занимаемое фирмой в этой отрасли. Формулирует пять сил влияющих на конкуренцию в отрасли (пять сил Портера). На положение фирмы в отрасли влияет её конкурентное преимущество. Выделяет 4 детерминанты, которые как система формируют конкурентоспособную среду страны: факторные условия, условия спроса, смежные и поддерживающие отрасли, стратегия, структура и конкуренция фирмы. Дополнительно вводит фактор роли правительства и случая. Интернационализация рассматривается как конфигурация деятельности.
Эклектическая теория Даннинга	Экономический	Дж. Даннинг (1991–2001 гг.)	Теория объединяет ресурсную теорию; теорию размещения; теорию интернализации. Автор предложил формировать OLI-парадигму, включающую в себя элементы или преимущества от владения, размещения, интернализации.
Уппсальская модель интернационализации и (Шведская модель)	Динамический	Й. Юхансон, Е. Валне (1991–1997 гг.)	Модель рассматривает интернационализацию, как процесс накопления эмпирических знаний. Базовым объектом исследования являются «стадии» развития самой компании и ее поведение на разных этапах развития.

Источник: составлено автором по Vernon, 1980; Porter, 1990; Dunning, 1994; Yohanson, 1997

Большинство исследований сходятся во мнении, что различные теории интернационализации могут применяться в отношении компаний, которые находятся на различных этапах интернационализации. Однако, более поздние концепции, такие как модель Упсала, которые считаются основными теориями интернационализации, более точно описывают мотивы и причины интернационализации. Для целей данного исследования в качестве теоретической основы для определения мотивов и специфики интернационализации российских логистических компаний использовались именно данные стратегии.

1.2 Мотивы и специфика интернационализации транснациональных логистических компаний

В теоретической литературе мотивы интернационализации компании могут быть разделены на две категории: реактивные ('Domestic push' factors) и активные мотивы ('International pull' factors). Активные мотивы начала интернационализации – это внешние или внутренние мотивы, побуждающие компанию предпринимать активные действия, основанные на желании менеджеров использовать имеющиеся у предприятия конкурентные преимущества или открывающиеся перед ним рыночные возможности. Активные мотивы: прибыль и рост; амбиции и устремления менеджеров; уникальный продукт или технология; возможности зарубежных рынков; экономия на масштабах производства; налоговые и другие финансовые выгоды. Реактивные мотивы выступают в качестве причин. Реактивные мотивы предполагают, что фирма занимает пассивную позицию и лишь реагирует на угрозы, возникшие в ее внутренней или внешней среде. Они связаны с прошлым и настоящим. Реактивные мотивы: непредвиденные зарубежные заказы; действия конкурентов; недостаточные размеры или снижение активности на внутреннем рынке; избыточные производственные мощности; увеличение продаж сезонной продукции; близость зарубежных потребителей.

Принятие решения об осуществлении зарубежных деловых операций требует проведения в каждом конкретном случае анализа потенциальных выгод интернационализации и связанных издержками. Так, к преимуществам интернационализации некоторые авторы [Котрактор, 2013] относят проведение фирмами операций в разных валютах, позволяющее балансировать валютные риски за счет возможного переноса производства из подразделений ТНК в одних странах в подразделения, расположенные в других.

Разные авторы представляют различные перечни выгод интернационализации [Hennart, 2011; Prahalad, Bhattacharyya, 2011; Ghemawat, 2007]. Основная проблема при

измерении влияния интернационализации на состояния компании заключается в том, что как правило, выгоды деятельности на международных рынках не предопределяются многонациональностью как таковой. Многие преимущества необязательно достигаются посредством международной экспансии, к примеру экономия от масштаба, эффект распределения затрат на НИОКР, использование более дешевых ресурсов, доступ к новым знаниям, возможности налоговой оптимизации и трансфертного ценообразования и даже рыночная власть. В некоторых случаях они могут быть достигнуты фирмами, действующими только в отдельной стране. Это касается, с одной стороны, использования фирмами экономии от размещения, особых преимуществ, связанных с бизнес характеристиками отдельной территории, где фирма ведет свои операции. Если речь идет о крупной экономике, то политико-экономические, социально-демографические и иные условия могут различаться между отдельными территориями. Однако, многие эффекты от международной деятельности могут быть реализованы внутри одной страны. Если не учитывать преимуществ оптимального географического размещения операций, то выгоды интернационализации как таковой сводятся к определению стран с благоприятными параметрами экономического развития и привлекательными условиями регулирования бизнеса, а также к использованию эффекта адаптации мультилокальных продуктов к национальным особенностям.

Не все мотивы одинаковы для компаний разных сфер бизнеса. Причины, по которым производственные компании выходят на новые рынки, во многом схожи с причинами логистических (компаний предоставляющих услуги) компаний. Далее выделены мотивы именно логистических компаний, так как основная задача данной работы связана именно с ними. Для логистических компаний были выделены следующие активные мотивы интернационализации:

1. Самым распространенным и логичным, с точки зрения менеджмента, мотивом интернационализации, особенно характерным в ситуации, когда менеджеры компании осознают, что возможности дальнейшего роста на внутреннем рынке уже исчерпаны и/или операции на внутреннем рынке уже не обеспечивают желаемого уровня прибыли, является стремление увеличить прибыльность и темпы роста. Безусловно, ожидаемая прибыль может отличаться от реальной. Причинами таких расхождений часто являются неумелое планирование экспортной деятельности, неожиданные колебания обменных курсов валют, форс-мажорные обстоятельства.

2. Человеческий фактор может являться существенным мотивом для международной экспансии, так как если руководство компании приходит к выводу, что

расширение или даже сохранение позиций фирмы на национальном рынке становится делом все более сложным, требующим вложения все больших средств с падающей эффективностью инвестиций, то это может быть резонным основанием для того, чтобы, зафиксировав позицию на внутреннем рынке, попытаться обеспечить дальнейший рост за счет входа на международные рынки. Стоит отметить, что многие менеджеры стремятся работать именно в международной компании, так как удовольствие от того, что они участвуют в создании «империи», компании, имя которой известно миллионам людей в различных странах мира.

3. Наличие технологических компетенций или уникального сервиса позволяет компании занять свою нишу на международном рынке, а в случае обладания уникальным продуктом – оградить себя от конкуренции, хотя бы на некоторое время. Возможна ситуация, при которой фирма предоставляет услугу, не являющуюся широкодоступной на зарубежных рынках, либо имеет существенные технологические преимущества в какой-либо области. В последние десятилетия фирмы-грузоотправители расширяют передачу задач в сфере логистики специализированным 3PL компаниям, которые обеспечивают наиболее эффективное решение указанных задач. Те компании, которые смогли воспользоваться спросом на данные услуги и развить должные компетенции смогли завоевать рынок по оказанию комплексных логистических услуг⁵.

4. Возможности, с которыми сталкивается фирма, анализируя зарубежные рынки, являются стимулами только в том случае, если компания располагает ресурсами, необходимыми для того, чтобы воспользоваться этими возможностями. К примеру, до 2005 года китайский рынок складских услуг был закрыт для иностранных инвестиций, что привело к ветшанию уже существующих зданий и отсталости китайских складов от мировых стандартов (низкие потолки, плохое освещение, отсутствует специальное половое покрытие и т.д.). В то время до 25% пищевой продукции на складах портилась. После снятия ограничений международные логистические компании хлынули на китайский рынок, увидев огромный потенциал рынка, однако задержаться на нем смогли только крупные компании, располагающие необходимыми ресурсами и компетенциями.

5. Очень важный экономический мотив, особенно для тех отраслей, для которых характерна ценовая конкуренция, является экономия на масштабе. В связи с непрерывным усложнением структуры мировой торговли особый интерес для потребителей представляют компании, предлагающие весь спектр логистических услуг. В результате в

⁵ Комиссия США по международной торговле (US International Trade Commission – USITC) в 2005 году подготовила обзор мирового рынка логистических услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.galaxylogistics.ru/analitika/na-mirovom-rynke-logisticheskikh-uslug.html> (дата обращения 30.04.2016)

сфере логистики наблюдается процесс консолидации фирм поставщиков, что позволяет снижать производственные затраты за счет экономии на масштабах. Более крупные компании располагают лучшими возможностями для расширения ассортимента услуг в рамках единой системы, охватывающей разные страны, повышения надежности и удешевления предоставляемых услуг.

6. Налоговые льготы. Государство может осуществлять помощь компаниям в экспорте продукции и услуг и предоставлять отсрочки по выплате налогов. Налоговые льготы позволяют компании либо предлагать свою продукцию на зарубежных рынках по более низким ценам, либо получать большую прибыль.

К реактивным факторам относится недостаточная эффективность текущих операций компании. Для логистических компаний были выделены следующие реактивные мотивы:

1. Действия конкурентов. Действия конкурентов являются одним из важнейших факторов, стимулирующих процесс интернационализации фирмы. Компании стремятся не упустить конкурентов, а не отвечая на попытки конкурентов проникнуть на зарубежные рынки, логистическая фирма может потерять возможность завоевать значительную долю нового рынка.

2. Проблема небольшого размера или насыщение внутреннего рынка. Данная проблема остро стоит перед множеством компаний, одной из причин столь быстрого насыщения рынка является то, что медленный рост населения и постоянные финансовые и социальные кризисы, прежде всего в развитых странах, не способствуют быстрому росту спроса на транспортные услуги.

3. Наличие избыточных мощностей. В последнее время становится проблемой для логистических компаний. К примеру, в 2009 году рынок логистических услуг просел на 22%, следуя за общемировой тенденцией. В этом случае выход на зарубежные рынки дает и дополнительные продажи услуг, и более полную загрузку мощностей.

4. Следование за потребителем услуг. Одновременно с ростом продаж и увеличением каналов продаж крупных компаний, уваливается и спрос на качественные логистические услуги. Данная тенденция четко прослеживается на b2b рынке.

Выделенные цели соответствуют основным преимуществам, которые получает компания в результате интернационализации, однако вместе с выгодами компания берет на себя дополнительные издержки.

Выгоды и издержки интернационализации логистических компаний

Группы	Выгоды	Издержки
Финансовые	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение показателей деятельности фирмы; • Снижение издержек; • Преодоление насыщенности и интенсивной конкуренции на национальном рынке; • Распределение рисков и снижение зависимости от национального рынка 	<ul style="list-style-type: none"> • Рост накладных расходов (дубликация некоторых функций компании, контроль и рост транзакционных издержек); • Трудности достижения результата по кривой обучения; • Рост накладных расходов, связанных с координированием инновационной деятельности зарубежных филиалов; • Валютные риски
Нефинансовые	<ul style="list-style-type: none"> • Получение новых знаний о зарубежных рынках • Возможности для инновационной деятельности • Приобретение новых контактов; • Улучшение качества продукции и предоставляемых услуг; • Укрепление репутации как на национальном, так и на зарубежном рынках. 	<ul style="list-style-type: none"> • Непонимание национальной специфики зарубежных рынков и, как следствие, ненужные или недостаточные инвестиции в адаптацию услуг, и маркетинговых компаний • Стереотипы восприятия зарубежными клиентами импортных товаров и услуг; • Трудности объективного контроля существующих в компании компетенций; • Сокращение или увеличение издержек социальной ответственности для компании (в зависимости от степени жесткости законодательства в странах деятельности компании); • Трудности контроля социальной ответственности зарубежных филиалов.

Источник: составлено автором по Аннушкина, 2009, С. 183-201

Реализация мотивов и отражение различных влияющих факторов находят свое выражение в разнообразных организационных формах и управленческих решениях, отражающих стратегию интернационализации деятельности компании.

1.3 Организационные формы логистических транснациональных компаний

Для дальнейшего исследования необходимо установить, что понимается под транснациональной компанией. Среди исследователей нет единообразного понимания международных хозяйственных объединений. В разных источниках такие компании называют международными, многонациональными, глобальными, сверхнациональными, транснациональными корпорациями. Данные названия отражают поиск соответствующего выражения различных функций компаний, действующих на различных экономических пространствах, однако за всеми названиями скрывается одна основная идея. Д. Даннинг [Dunning, 1993, С. 3] определил ТНК (МНК) как фирму, осуществляющую прямые

зарубежные инвестиции и контролирующие операции по созданию ценности в более чем одной стране. Согласно определению, разработанному ЮНКТАД [UNCTAD, 2008], ТНК представляют собой предприятия, состоящие из материнской компании и филиалов этой компании, размещенных за рубежом. Главным признаком материнской компании является наличие у компании контроля над активами экономических единиц, расположенных на территории других государств.

Как уже было сказано выше, четких границ определения ТНК не существует. Некоторые авторы выделяют условные критерии определения ТНК [Владимирова, 2011, С. 135], такими критериями можно назвать: минимальное количество стран, в которых действует компания (осуществляет продажи или производство) равное пяти, доля иностранных операций в доходах фирмы должна быть свыше 25%, владение не менее чем 25% голосующих акций в трех и более, многонациональный состав персонала компании и ее высшего руководства и др. Помимо, владения активами за рубежом, чаще всего ТНК закупают ресурсы, производят товары или предоставляют услуги и осуществляют их продажу в нескольких странах [Griffin, 1996, С. 134].

Страна, в которой располагается штаб-квартира ТНК и центральный офис материнской компании, является страной базирования транснациональной корпорации, в то время как государства, где располагаются объекты вложений ТНК, выступают в качестве стран-реципиентов, или домашнего рынка. В зависимости от доли, которой корпорация владеет в собственности экономической единицы, выделяется несколько видов заграничных подразделений: филиал, дочернее предприятие, ассоциируемое предприятие и совместное предприятие⁶.

Международный характер компании проявляется и в сфере собственности. Поскольку собственность компании олицетворяют ее акции, то они должны иметь хождение во многих странах. Акции базовой и дочерней фирм должны быть доступны для приобретения во всех странах, где действует международная корпорация. Правовой режим транснациональных корпораций предполагает деловую активность, осуществляемую в различных странах посредством образования в них филиалов и дочерних компаний [Авдушин, 1996, С. 196]. Современные исследователи полагают, что в мировой экономике происходит дальнейшее усложнение системы связей между ТНК в форме образования международных корпоративных альянсов. Главной задачей подобных альянсов является развитие и продвижение на рынки новых технологий, используя сравнительные

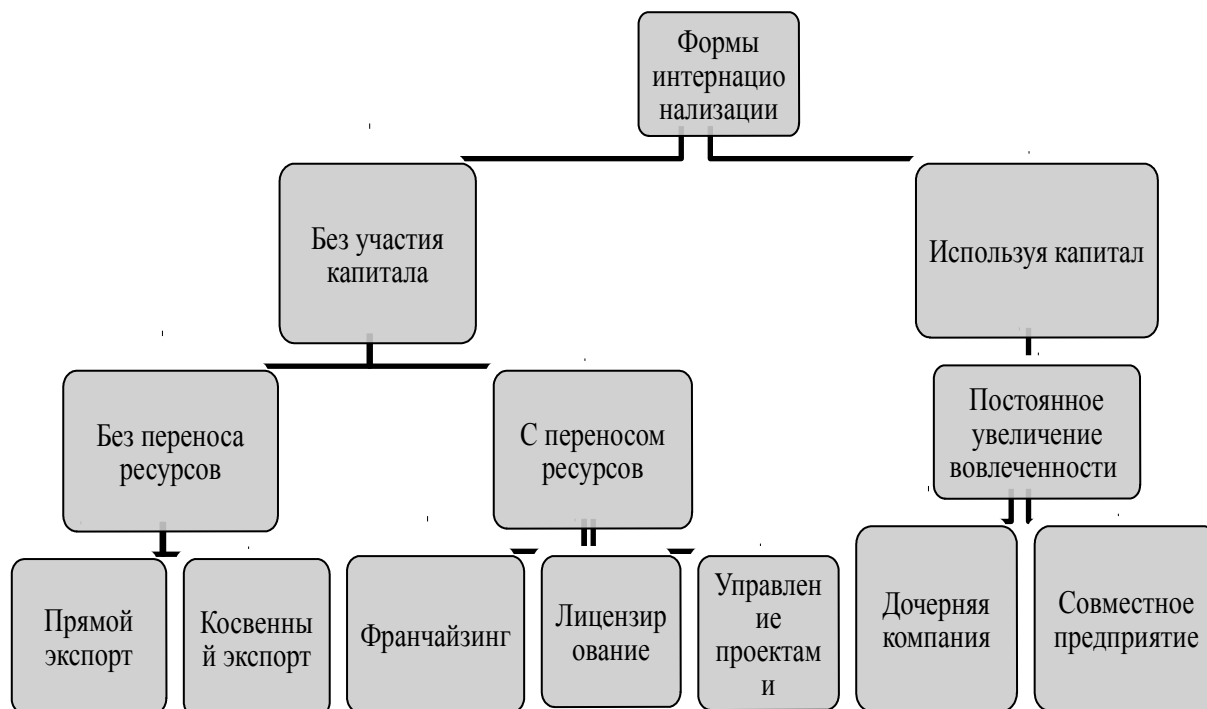
⁶ Транснациональные корпорации в мировой экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/transnacionalnaya-korporaciya.html> (дата обращения 12.05.2016)

преимущества филиалов в разных странах. Подобная тенденция является следствием адаптации компаний к усилившейся конкуренции на международных рынках, они дают возможность объединить усилия в технологической сфере, снизить риск при совместном инвестировании в крупные проекты.

Решив вести деятельность за рубежом, компании принимают решение о форме ведения международной деятельности. Мировые компании используют разнообразные формы интернационализации, начиная с экспортной деятельности и кооперации, заканчивая объединением капиталов с зарубежными корпорациями. Прямые инвестиции относятся к самым развитым формам интернационализации [Perlitz, 2004]. Фонфара разделяет формы интернационализации на пассивные и активные. Активные формы имеют множество видов, тогда как пассивные подразумевают под собой развитие партнерских отношений с зарубежными партнерами без ведения бизнеса напрямую в другой стране [Fonfara, 2000]. В специализированной литературе по международному менеджменту, уже давно были определены формы интернационализации ТНК и указаны их сильные и слабые стороны, однако, не были четко определены формы ведения международной деятельности логистических компаний. При пассивной форме выхода на новые рынки, возможно, обыкновенной экспедиторской деятельности и достаточно. Тем не менее, активные формы интернационализации обязывают компании создавать экстенсивные цепи поставок и вести постоянный контроль поставок и дистрибуции. При разработке стратегии расширения бизнеса транспортно-логистические компании сталкиваются с необходимостью серьезного анализа экономической ситуации в регионе и выявления потенциала его развития, как на ближайшие годы, так и в долгосрочной перспективе. Таким образом, транспортно-логистическим операторам, выходящим на международные рынки, необходимо учитывать их специфику, а также тщательно изучить потребности и возможности потенциальных клиентов, чтобы максимально адаптировать к ним структуру и стоимость своих услуг.

Формы интернационализации логистических компаний

Ис



точник: составлено автором по Brosel, Buchert, 2004, стр. 331-363

Рассмотрение логистики с позиции ее практического применения в различных сферах рыночной деятельности предполагает интеграцию таких логистических функций как транспортирование, складирование, распределение материальных ресурсов, управление запасами в цепях поставок, информационное и сервисное сопровождение материальных потоков. При этом планирование, управление и контроль над логистической деятельностью предполагает соблюдение правила 7R – обеспечение нужного продукта в требуемом количестве и заданного качества в нужном месте в установленное время для конкретного потребителя с наилучшими затратами [Сергеева, 2000, С. 83], что предполагает формирование оптимальных маршрутов следования потоков с соблюдением требований клиента. Из этого следует, что методы и формы интернационализации компаний, предоставляющих логистические услуги, в связи с разнообразием видов деятельности, будут отличаться от большинства компаний не-логистической сферы.

При выходе на новые рынки логистические ТНК должны адаптировать свои бизнес-процессы и организационную структуру к новым рыночным реалиям и подстраиваться под региональных игроков и других заинтересованных лиц, к примеру государству. Создание партнёрств, альянсов и совместных предприятий с местными компаниями является одним из самых действенных способов интернационализации деятельности. Данный способ также позволяет обойти законодательство некоторых стран.

К примеру, в Китае «UPS», «TNT», «Fedex» и «DHL» решили скооперироваться с китайскими логистическими компаниями, чтобы пробиться на данный рынок. Американская компания «FedEx» входит в партнерство с Datian Corporation, а «UPS» заключила партнерское соглашение с Sinotrans. Спустя несколько лет «DHL» и «Sinotrans» создали совместное предприятие. Бельгийский оператор «ABX Logistics» в 2007 году основал совместное предприятие с бразильским логистическим оператором «Penske Logistics», чтобы выйти на перспективный бразильский рынок. Хуанг Юфанг [Youfang, 2016, С. 16] на примере китайского рынка показывает что из-за сложности логистических операций, и отсутствия опыта у китайских компаний наблюдается тенденция к созданию альянсов с западными партнерами для проникновения на новые рынки. В 2010 небольшая логистическая компания из Германии «Hellmann Logistics» совместно с индийской «Calipar» основала совместное предприятие в дубайской зоне свободной торговли. Последний пример иллюстрирует что даже небольшие компании, объединив усилия с местной компанией, способны успешно работать на зарубежном рынке.

В исследовании⁷ консалтинговой компании PricewaterhouseCoopers посвященном тенденциям развития транспортно-логистического рынка, эксперты пришли к выводу, что такие формы интернационализации логистических компаний как совместные предприятия и другие формы совместной деятельности являются наиболее перспективными. Такие формы партнерства приносят выгоду как ТНК, так и местным компаниям. ТНК получают от своих партнеров знания о рынке и специфике ведения бизнеса в определенной стране, а региональные логистические операторы получают доступ к новым технологиям, знаниям и опыту своих коллег.

Еще одной распространенной формой интернационализации логистических компаний являются прямые инвестиции в зарубежную страну. Под прямыми инвестициями подразумевается поглощение уже работающих на местном рынке компаний или открытие филиалов собственной компании. В течение последних 10 лет, после того как развивающиеся рынки начали встраиваться в мировую экономику, наблюдается тенденция к слиянию и поглощению западными логистическими компаниями уже созданных зарубежных совместных предприятий. После того как Китай вступил в ВТО рынок стал открытым для прямых зарубежных инвестиций. Логистические ТНК в ответ на смягчение «правил игры» начали скупать уже созданные совместные предприятия, так

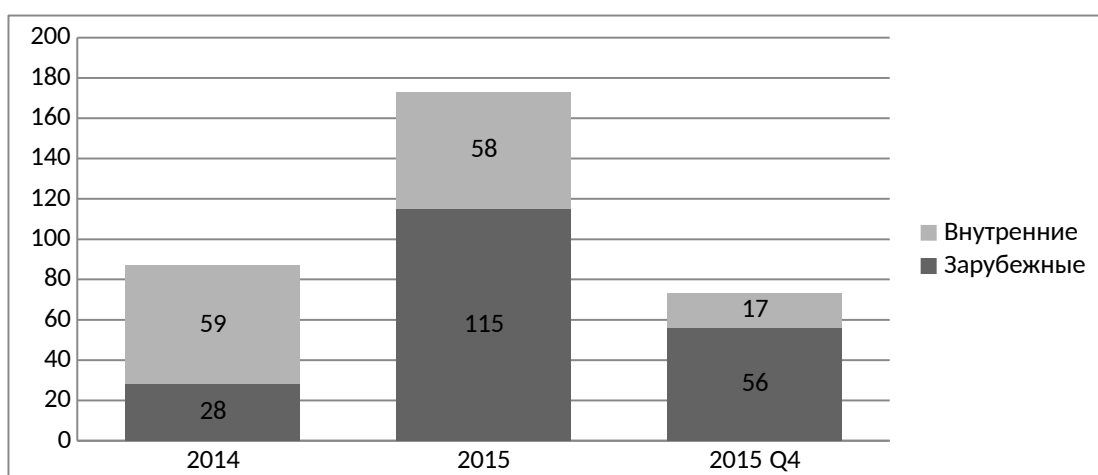
⁷Emerging Markets –New hubs, new spokes, new industry leaders? [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.pwc.com/gx/en/industries/transportation-logistics/tl2030/new-hubs_new-spokes_new-industry-leaders.html (дата обращения: 01.02.2016)

«FedEx» выкупил долю у «Datian Corporation» за 400 миллионов долларов, а «UPS» заплатила 100 миллионов долларов за право управления большинством операционной деятельности совместной компании. «Sinotrans» и «TNT» купили «Huayu Logistics Corporation». Примером прямых инвестиций международными логистическими компаниями в российскую экономику является открытие офисов таких компаний как «DHL», «Federal Express», «TNT» «Express», «UPS», которые за короткое время смогли занять лидирующие позиции на рынке курьерской и экспресс доставки (СЕР). Среди остальных форм интернационализации, прямые инвестиции являются самыми рискованными, так как требуют исчерпывающих познаний специфики ведения деятельности в регионе. Поэтому крупные логистические компании используют специфическую стратегию выхода на новые рынки – создание совместной компании с региональным игроком с последующим поглощением данной организации. В исследовании PwC указывается, что в 2015 году сумма сделок по слиянию и поглощению логистическими компаниями зарубежных партнерств возросла в три раза по сравнению с предыдущим годом. Крупные игроки продолжают наращивать объем зарубежных операций и сервисов, пытаясь развить глобальную логистическую сеть.

Специалисты PwC предполагают, что в 2016 году растущее экономическое давление экономики послужит драйвером дальнейшей интернационализации логистических компаний и еще большему объему сделок по слиянию и поглощению.

Рис. 3

Объем сделок по слияниям и поглощениям логистических компаний



Источник: составлено автором по данным PwC

Ускорение масштабов, развитие мотивационных факторов и разнообразие стратегических форм интернационализации естественно связывать с экономическим влиянием ее на ключевые результаты деятельности логистических компаний. Для

исследования этого влияния необходимо создать инструмент объективной оценки уровня интернационализации и методы ее влияния на деятельность компании.

1.4 Методика исследования взаимосвязи интернационализации и ключевых показателей деятельности логистических компаний

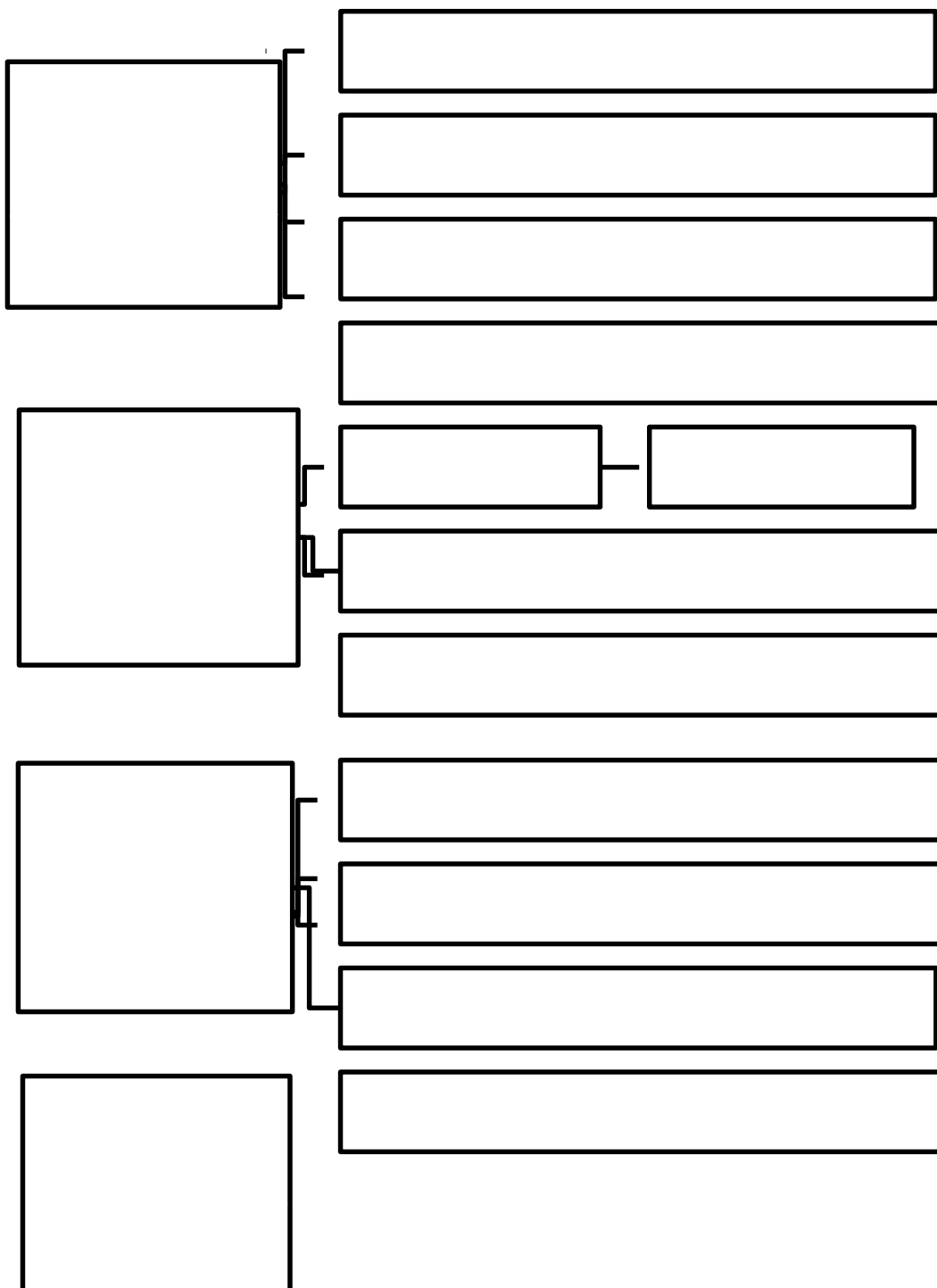
В современной научной литературе, особенно в странах с развитой экономикой, очень много исследований посвящается изучению KPI компаний, выбору правильных показателей эффективности, а также оценки деятельности компании по выбранным показателям. Исследований на тему интернационализации логистических компаний крайне ограничены, особенно применительно к российским компаниям.

Во-первых, это связано с тем, что логистика является относительно новой наукой, изучение которой хоть и началось одновременно с развитием военной науки, прикладная значимость для бизнеса была открыта только в двадцатом веке. Во-вторых, логистический аутсорсинг является новым понятием, раньше компании старались проводить все логистические операции внутри фирмы, создавая логистические подразделения. Транспортные компании в то время занимались логистикой в узком смысле, а именно перевозкой грузов или людей из пункта «А» в пункт «В». С развитием новых подходов и концепций ведения бизнеса, компании малого и среднего бизнеса, стали видеть выгоду в выведении логистической деятельности за пределы компании. Вслед за растущим спросом на качественные логистические услуги транспортные компании начали подстраивать свои бизнес-модели под клиентов. В-третьих, лишь к концу двадцатого века развивающиеся страны встали на путь интернационализации, открылись пути иностранным инвестициям, а законодательство пошло по пути снятия ограничений на ведение бизнеса иностранными компаниями. Только после вступления в силу таких изменений, логистические компании начали рассматривать интернационализацию как Многие эксперты сходятся во мнении, что вскоре откроются новые пути сотрудничества между востоком и западом, севером и югом. Ожидается рост потоков товаров между странами. Логистические компании в двадцать первом веке начали готовиться к грядущим изменениям, разрабатываются новые стратегии для того чтобы успеть за данным трендом. Логистические компании осознали, что имея развитую сеть совместных предприятий и филиалов за рубежом и создав глобальную сеть возможно рассчитывать на будущий успех. Именно поэтому так важно иметь метод оценки влияния интернационализации на показатели эффективности, когда речь заходит о выходе на новые рынки логистическими компаниями.

Для исследования влияния в рамках данной выпускной квалификационной работы была составлена блок-схема (рис. 4) описывающая в логической последовательности этапы проведения исследования.

□ Рис. 4

□ **Блок-схема исследования взаимосвязи влияния уровня интернационализации на показатели эффективности логистических компаний**



Источник: составлено автором

На первом этапе изучаются теоретические аспекты исследования. Для исследования влияния интернационализации на показатели эффективности необходимо понять специфику интернационализации именно компаний логистической сферы и понять

какие именно КРІ отражают эффективность деятельности таких компаний. В первую очередь необходимо изучить универсальные концепции и общие способы интернационализации специфичные для большинства компаний. На основе проанализированного материала, выделяются специфические методы и формы интернационализации логистических компаний, на основе полученных знаний в следующих этапах сформируются специфические КРІ и показатели уровня интернационализации.

На втором этапе необходимо выделить и описать переменные исследования. Необходимо выбрать на основе теоретического исследования показателя интернационализации соответствующие профилю логистических компаний, так как среди исследователей до сих пор нет единого мнения как формировать данный показатель. Также необходимо отобрать показатели эффективности, которые, с одной стороны, были бы специфичными для логистической компании, а, с другой стороны, могли бы быть использованы для проведения исследования влияния интернационализации. После выбора переменных целесообразно провести первичный анализ данных, который косвенно подтверждал выдвинутые гипотезы и на основе которого будет проводиться эмпирическое влияние взаимосвязи.

На третьем, завершающем этапе, проводится непосредственно само эмпирическое исследование. В первую очередь, необходимо определиться с выборкой российских компаний логистического профиля, подходящими для исследования, а именно компании должны вести международную деятельность. Затем построена теоретическая модель влияния выбранного во втором этапе показателя уровня интернационализации на специфические показатели экономической эффективности. После анализа данных и проверки гипотезы дана интерпретация полученных результатов, на основе нового знания будут даны рекомендации по его использованию компаниями.

□

Выводы по главе 1

Основной задачей первой главы данного исследования является изучение теоретической базы по предмету исследования, на основе которой будет строиться дальнейшее исследование. Основываясь на тематической литературе сформулированы основные понятия и подходы к их определению.

Таким образом, дано рабочее определение объекта исследования – логистического ТНК, а также приведены критерии отнесения компании к категории многонациональных компаний.

Касательно предмета исследования, проанализированы различные определения интернационализации, результатом исследования интернационализации ТНК является выделение специфических методов и форм интернационализации логистических компаний, были приведены примеры выхода некоторых логистических компаний на новые рынки. Изучив специфику интернационализации логистических ТНК, стало возможно составить подходящую модель влияния данных показателей.

Разработан метод исследования влияния интернационализации на показатели эффективности логистической ТНК, основанный на эмпирическом исследовании их взаимосвязи.

Следующая глава посвящена выбору индикаторов интернационализации, а также созданию инструментария, позволяющего дать комплексную оценку влияния стратегии интернационализации логистическими компаниями на показатели финансовой эффективности данных компаний, так же выдвинуты гипотезы исследования.

ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

2.1 Разработка критериев оценки уровня интернационализации логистической компании

Существуют различные подходы к измерению уровня интернационализации. Разные авторы предлагают различные индикаторы, с помощью которых данный уровень может быть оценен. Различные модификации и разработки показателя интернационализации на сегодняшний день не способны удовлетворить ожидания всех заинтересованных сторон [Медведев, 2013, С. 55]. Таким образом, на настоящий момент не существует индикатора, который бы комплексно оценил степень интернационализации компании, основываясь на индивидуальных характеристиках интересующей отрасли.

Для того чтобы понять на основе какого показателя интернационализации будет проводиться дальнейшее исследование, необходимо проанализировать уже имеющиеся работы на схожую тему. Проводя эмпирические исследования, касающиеся интернационализации организации, многие исследователи предпочитают использовать следующие показатели [Glaum, Oesterle, 2007, С. 307-317]:

- отношение зарубежных продаж компании к общим продажам,
- отношение зарубежных активов к общим активам компании

Также зачастую исследователи используют показатели, отражающие масштабность зарубежной деятельности:

- количество зарубежных филиалов,
- количество сотрудников в зарубежных филиалах

Еще одним показателем, на основе которого может быть проведен анализ, является индекса распространения сети — NSI (Network Spread Index). Этот индекс рассчитывается как отношение числа зарубежных стран, в которых ТНК осуществляет свою деятельность, к общему количеству стран, в которых корпорация потенциально могла бы вести деятельность.

К. Дерренбахер [Dörrenbacher, 2000] в своем исследовании обобщает результаты имеющихся исследований и выделяет две группы индикаторов уровня интернационализации – индивидуальные и составные. Затем, на основе изученных

индикаторов выделяет три типа индивидуальных индикаторов: структурные индикаторы, индикаторы результативности и поведенческие индикаторы. Каждый тип, в свою очередь, имеет два класса показателей. Так как индивидуальные индикаторы не могут комплексно оценить степень интернационализации, некоторые исследователи [Sullivan, 1994, С. 325-342], выделяют составные показатели. Дерренбахер описывает 3 самых распространённых.

Таблица 3

Индивидуальные индикаторы оценки уровня интернационализации компаний

Структурные индикаторы	Индикаторы результативности	Поведенческие индикаторы
<p><u>1. Зарубежные операции</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Количество стран присутствия • Количество или доля зарубежных подразделений • Количество или доля случаев участия без капитала за рубежом (например, стратегические альянсы, франчайзинговые операции) • Объем или доля зарубежных активов • Объем или доля добавленной стоимости за рубежом • Объем или доля зарубежных ресурсов • Количество или доля зарубежных сотрудников 	<p><u>1. Зарубежные продажи (выручка)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Экспортная выручка • Выручка зарубежных подразделений 	<p><u>1. 'Soft' индикаторы (стили менеджмента)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Этноцентрический подход • Полицентрический подход • Региоцентрический подход • Геоцентрический подход
<p><u>2. Структура управления</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Количество фондовых бирж, на которых торгуются акции компании • Количество или доля акций, принадлежащих иностранным инвесторам • Число или доля иностранных членов Совета Директоров 	<p><u>2. Операционный доход за рубежом</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Общий операционный доход всех зарубежных подразделений 	<p><u>2. 'Hard' индикаторы</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Международный опыт топ-менеджеров (продолжительность рабочего времени, проведенного топ-менеджерами за границей)

Источник: составлено автором по Dörrenbacher, 2000, 119-126

К. Дерренбахер выделяет три типа индивидуальных индикаторов:

- **Индекс Транснациональности** - TNI (Transnationality Index). Данный показатель был разработан организацией UNCTAD и впервые появился в Докладе о Мировых Инвестициях в 1995 году [UNCTAD, 1995]. Данный индекс оценивает уровень интернационализации компаний, учитывая их долю зарубежных активов, продаж и персонала.
- **Индекс распространения транснациональной активности** – TSI (Transnationality Spread Index). Данный показатель был разработан Иетто-Гиллиес [Ietto-Gillies, 1998, С. 17-39]. Показатель включает в себя индекс TNI и отношение числа зарубежных стран, в которых компания осуществляет свою деятельность (напр., размещает производство, ведет хозяйственную деятельность и т. п.), к общему количеству стран, в которых она потенциально могла бы вести деятельности.
- **Индекс степени интернационализации** был предложен Салливаном [Sullivan, 1994] и состоит из пяти переменных, которые были разработаны для комплексного измерения интернационализации через структуру, производительность и поведения фирмы. Его составными элементами являются: доля зарубежных активов; доля зарубежных продаж; доля зарубежных подразделений; международный опыт топ-менеджеров; «физическая дисперсия» международных операций.

С момента создания, данные индикаторы подвергались критике. Индекс Транснациональности, также как и индекс распространения транснациональной активности не способны комплексно отразить реальный уровень транснационализации компаний, т.к. они характеризуют только отдельные составляющие ранжировки. Более того, рейтинговая расстановка сил ТНК оказывается зачастую различной не только по указанным индикаторам, но и в рамках того же TNI, когда рейтинг по его трем составляющим, рассчитанным по отдельности, может заметно отличаться (Орешкин, 2012). Сам автор индекса степени интернационализации отмечал в своем исследовании, что при составлении параметра в расчет брались финансовые показатели только крупнейших американских ТНК, что в свою очередь повлияло на специфику и степень применения данного показателя. Общей критикой для всех показателей является их обобщенность и опущение специфики ведения того или иного вида бизнеса.

В обобщенной таблице представлены составные индексы, ограничения их использования, а также степень применимости для оценки российских логистических компаний (таблица 4).

Сравнительная характеристика индикаторов уровня интернационализации

Название индикатора	Индивидуальные индикаторы	Автор	Ограничения использования	Применимость к оценке российских логистических компаний
Индекс Транснациональности (Transnationality Index)	Среднее арифметическое из: Доля зарубежных активов + Доля зарубежных продаж + Доля зарубежного персонала	UNCTAD	Рейтинг по составляющим, рассчитанным по отдельности, может заметно отличаться	Подходит для исследования интернационализации российских логистических компаний.
Индекс распространения транснациональной активности (Transnational Activities Spread Index)	Среднее арифметическое из: (Доля зарубежных активов + Доля зарубежных продаж + Доля зарубежного персонала) * Индекс распространения сети	Иетто-Гиллиес (Ietto-Gillies)	Индекс распространения сети является крайне субъективным методом	В меньшей степени подходит для оценки, так как для российских компаний трудно рассчитать индекс распространения сети, в связи с ограничениями, наложенными на Российскую федерацию.
Степень интернационализации (Degree of Internationalization Scale)	Доля зарубежных активов + Доля зарубежных продаж + Доля зарубежных подразделений + Международный опыт топ-менеджеров + «Физическая дисперсия» международных операций	Салливан (Sullivan)	Данный инструмент исследования в большей мере подходит для оценки крупных ТНК, так как для средних и малых предприятий превращается в TNI	Подходит для исследования интернационализации российских логистических компаний, однако параметр физической дисперсии не будет репрезентативным в связи со специфической географией Российской федерации.

Источник: составлено автором по UNCTAD, 1995; Ietto-Gillies, 1998; Sullivan, 1994

В первой главе выделены специфические и самые распространенные формы и методы интернационализации логистических компаний, а именно открытие совместных предприятий и прямые инвестиции, характеризующиеся открытием офисов компании или слиянием и поглощением уже существующих компаний. Специфика интернационализационной деятельности компаний логистического профиля позволяет сделать вывод, что практически все перечисленные составные показатели интернационализации могут быть использованы в целях текущего исследования. Обобщенная природа данных показателей играет на пользу исследованию. Логистическая деятельность может быть крайне разнообразной, а данные показатели оценивают интернационализацию по совокупности индивидуальных показателей, справедливых для всех компаний логистической отрасли.

Несмотря на то, что индекс степени интернационализации мог бы точнее определить уровень интернационализации, для проведения последующего эмпирического исследования был выбран индекс Транснациональности (ТНИ). Этот составной показатель позволяет дать комплексную оценку. Стоит отметить, что значения данного индикатора доступны в официальной международной статистике: UNCTAD ежегодно рассчитывает ТНИ для 100 крупнейших мировых ТНК по объему зарубежных активов, а также для 100 крупнейших ТНК из стран с развивающейся и переходной экономикой. Однако, данная статистика включает небольшое количество российских компаний. Главным фактором, препятствующим включению российских компаний в рейтинги, является отсутствие прозрачности в их деятельности. Компании недостаточно открыты, не публикуется отчетность, составленная по западным стандартам. Так, в качестве явного претендента на лидерство в перечне крупнейших компаний Центральной и Восточной Европы рассматривался «Газпром», однако достоверная консолидированная информация по иностранным активам оказалась UNCTAD недоступной [Орешкин, 2012].

Показатель транснациональности рассчитывается по следующей формуле:

$$TNI = \left(\frac{\text{Активы за рубежом}}{\text{Всего активов}} + \frac{\text{Продажи за рубежом}}{\text{Общие продажи}} + \frac{\text{Зарубежный персонал}}{\text{Весь персонал}} \right) / 3 \quad (1)$$

Показатель ТНИ принято представлять в процентах. Очевидно, что в зависимости от частных составляющих ТНИ может принимать любые значения от 0% до 100%. В рамках данного исследования экстремально низкие или экстремально высокие значения не могут быть, так как чтобы достичь стопроцентного значения, компания должна вообще не быть представленной на рынке страны, где она зарегистрирована. Как видно из выборки

компаний, значение индекса транснациональности для некоторых компаний будет очень близко к максимально возможному значению, поэтому было решено поставить в зависимость уровень интернационализации каждой ТНК от уровня интернационализации остальных ТНК в выборке и оценить степень использования стратегии интернационализации строго от 0 до 1. Как правило, используются два метода нормировки данных. Приведение данных к единому масштабу обеспечивается нормировкой переменных на их разброс значений. Простой вариант линейного преобразования представлен следующей формулой:

$$\tilde{x}_i = \frac{x_i - x_{min}}{x_{max} - x_{min}}, \quad (2)$$

где \tilde{x}_i – новое нормированное значение величины,

x_i – исходное значение величины,

x_{min} – минимальное значение величины,

x_{max} – максимальное значение величины.

Такой метод оптимален, когда значения переменной сконцентрированы в определенном интервале. Однако такой подход не всегда является самым релевантным для проведения расчетов. Например, если в ряде данных имеются выбросы, которые намного превышают типичный разброс, используются другая формула для вычисления:

$$\tilde{x}_i = \frac{x_i - \acute{x}_i}{\sigma_i} \quad (3)$$

$$\acute{x}_i = \frac{1}{N} \sum_{\alpha=1}^N x_i^\alpha \quad (4)$$

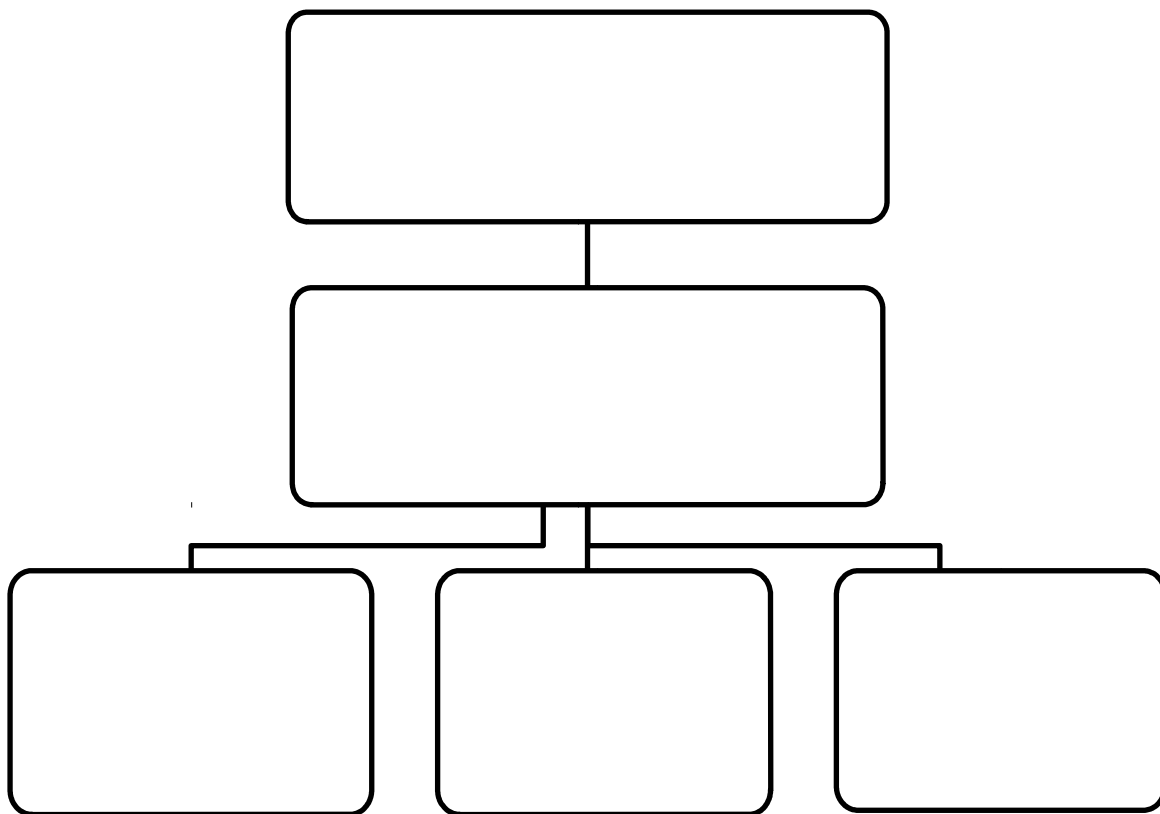
$$\sigma_i^2 = \frac{1}{N-1} \sum_{\alpha=1}^N (x_i^\alpha - \acute{x}_i)^2 \quad (5)$$

где N- количество значений,

\tilde{x}_i – новое нормированное значение величины,

x_i – исходное значение величины.

Понять какую из предложенных формул необходимо использовать, можно понять после составления выборки и тестирования ее на статистические выбросы. Схематично модель свертывания индекса интернационализации представлена на рисунке 5.

Модель свертывания индекса интернационализации

Источник: составлено автором

2.2. Выбор показателей экономических результатов деятельности ЛО

Определившись с первым элементом исследования, а именно индексом интернационализации, необходимо выбрать специфические показатели эффективности компаний ведущих логистическую деятельность. Существует большое разнообразие индикаторов, дающих оценку деятельности логистических компаний [Gunasekaran, Patel and McGaughey, 2001, С. 71-87]. Анализ современных источников по логистике позволяет признать, что единой точки зрения в научном сообществе относительно состава и структуры ключевых оценочных показателей эффективности логистической деятельности на сегодняшний день не сформировано. Считается, что минимальный набор показателей эффективности, который оценивал бы работу логистики должен включать: В частности, по мнению авторов [Christopher, 2005, С. 250], минимальный набор показателей, по которым можно оценить работу логистики включает:

- оценку качества обслуживания,

- время реагирования,
- общие издержки (по затратам на логистическое обслуживание).

Григорьев [Григорьев, 2006, С. 189-191] в качестве ключевых факторов логистики выделяют общие затраты, логистические издержки, время исполнения заказа, качество логистического сервиса, продолжительность логистических циклов, производительность, эффективность инвестиций в логистическую инфраструктуру. Однако, специфичность данных, необходимых для анализа, значительно сужает количество показателей, которые возможно было бы измерить, поэтому многие исследователи взаимосвязи интернационализации и эффективности выбирают в первую очередь показатели, доступные с точки зрения информационного обеспечения [Медведев, 2013, С. 55].

Только правильно составленные KPI дают достоверную информацию о деятельности компании, поэтому для разных компаний используется индивидуальный набор показателей. Объектом данного исследования являются логистические компании, но из-за широкого спектра их деятельности составить универсальный список показателей эффективности не представляется возможным. Салливан [Sullivan, 1994] в своем исследовании доказал, что не существует «уникальной» системы показателей. Еще одной проблемой для составления единого списка показателей является то, что их выбор зависит не только от специфики отрасли и специфики компании, но и от целей и стадии развития организации [Gunasekaran, Patel and McGaughey, 2001, С. 71-87].

Классические показатели рентабельности (ROI, ROE и ROA) могут быть без труда посчитаны и использованы для оценки большинства компаний логистического профиля, также данные индикаторы уже были успешно применены в исследованиях схожей тематики [Hunton et al., 2003, С. 165-184]. Чтобы посчитать показатели прибыльности необходимо провести анализ финансовой отчетности.

Анализ финансовой отчетности показывает текущую и будущую финансовую ситуацию, помогает определить структуру капитала и изучить прибыль компании. Данный анализ основывается на информации из ежегодно публикуемого баланса компаний и учитывает исторические и текущие информацию и данные [Fridson, 1991, С. 241]. Анализ финансовой отчетности позволяет описать и интерпретировать финансовое положение компании и направление ее развития [Bernstein, 1990, С. 78-81]. Это один из самых распространенных методов анализа и он будет являться основой для анализа эффективности логистических компаний.

Для данного исследования, кроме классических показателей эффективности (ROI, ROE, ROA), были выбраны KPI устойчивости, ликвидности, структуры капитала и прибыльности, основываясь на работах [Granhof, 1993, С. 54-70; Gibson, 1982, С. 18-29], так как увеличение количества показателей поможет более детально взглянуть на зависимость интернационализации и эффективности деятельности компании.

После того как были выбраны подходящие показатели логистических компаний необходимо описать данные показатели и свести в единую таблицу.

Показатели финансовой устойчивости

Структура капитала показывает, за счет чего финансируются активы, за счет кредитования или с прибыли [Modigliani, 1958, С. 261-297] и [Muller, 1958, С. 30-38]. Коэффициент финансового левериджа - это основной индикатор при оценке финансовых рисков [Bhandari, 1988, С. 507-528]. Высокая стоимость капитала может быть расписана в виде дивидендов [Speh, 1995, С. 23-42]. Коэффициент финансового левериджа напрямую влияет на коэффициент рентабельности собственного капитала и важен для денежного потока с точки зрения оплаты процентов и задолженностей [Christopher, 2005, р. 87]. Для целей исследования были выбраны представленные ниже показатели эффективности, которые рассчитываются по формулам:

$$\text{Коэффициент финансового левериджа} = \frac{\text{обязательства}}{\text{собственный капита}} \quad (6)$$

$$\text{Коэффициент финансов ой автономии} = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{всего активов}} \quad (7)$$

$$\text{Коэффициент маневренности собственных средств} = \frac{\text{собственные оборотные средства}}{\text{собственный капитал}} \quad (8)$$

Показатели ликвидности

Ликвидности является важным элементом для непрерывности бесперебойной работы бизнеса. Структура ликвидности логистической компании показывает ее возможность в короткие сроки покрыть все свои долги, то есть как можно быстрее превратить свои активы в наличность. Достаточный уровень ликвидности важен для перевозчиков, так как топливо, зарплаты, дорожные сборы и другие траты должны финансироваться чаще всего до получения платы с клиента. Оптимальная ликвидность является неотъемлемой частью эффективной логистической компании. Считается, что логистические провайдеры, которые не держат на балансе дорогостоящие активы, имеют

конкурентное преимущество за счет гибких активов и структуры капитала. Формулы для оценки ликвидности капитала представлены ниже:

$$\text{Коэффициент покрытия } A = \frac{\text{собственный капитал}}{\text{внеоборотные активы}}$$

(9)

$$\text{Коэффициент покрытия } B = \frac{(\text{собственный капитал} + \text{долгосрочная задолженность})}{\text{внеоборотные активы}}$$

(10)

$$\text{Коэффициент быстрой ликвидности} = \frac{(\text{денежные средства} + \text{краткосрочные финансовые вложения})}{\text{краткосрочные обязательства}}$$

(11)

$$\text{Коэффициент текущей ликвидности} = \frac{\text{оборотные активы}}{\text{текущие обязательства}}$$

(12)

Показатели рентабельности

Имеет смысл подробнее остановиться на следующей группе показателей эффективности операционной деятельности, так как они нагляднее всего показывают экономическую ситуацию в любой компании. Коэффициент рентабельности собственного капитала (ROE), также как и коэффициент рентабельности активов (ROA), являются основными показателями эффективности. Стоит также использовать коэффициент рентабельности инвестиций, показывающий отдачу на вложенную единицу денег. Каждый из этих показателей в отдельности может разъяснить ситуацию в компании, несмотря на то, что они постоянно подвергаются критике. Поэтому было решено проводить комплексную оценку, полагаясь на синергию трех показателей.

Коэффициент рентабельности собственного капитала (Return on Equity, ROE) — финансовый коэффициент, который показывает отдачу на инвестиции акционеров с точки зрения учетной прибыли. Чем выше значение коэффициента, тем инвестиции более доходные. Если же рентабельность собственного капитала меньше нуля, то есть повод задуматься над целесообразностью и эффективностью инвестиций в предприятие в будущем. Как правило, значение коэффициента сравнивается с альтернативными вложениями средств в акции других предприятий, облигаций и, в крайнем случае, в банк.

Важно отметить, что слишком большое значение показателя может негативно влиять на финансовую устойчивость предприятия. Коэффициент ROE рассчитывается по формуле 13:

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Среднегодовой акционерный капитал}} \times 100$$

(13)

Коэффициент рентабельности активов (Return on Assets, ROA) - отношение чистой прибыли компании без учета процентов по кредитам к ее суммарным активам. Коэффициент рентабельности активов характеризует способность руководства компании эффективно использовать ее активы для получения прибыли. Кроме того, этот коэффициент отражает среднюю доходность, полученную на все источники капитала (собственного и заемного). Коэффициент ROA рассчитывается по формуле 14:

$$ROA = \frac{\text{Чистая прибыль} + \text{Проценты} (1 - \text{Ставка налога})}{\text{Средние суммарные активы}} \times 100$$

(14)

Согласно исследованию Эрика Хофмана [Hofman, 2009, С. 716-740] у компаний на рынке логистических услуг в среднем ROE выше чем ROA, что является признаком здоровой экономической ситуации; логистические компании зарабатывают для акционеров больше чем платят процентов по кредитам. Однако, Хорнгрен [Horngren, 2012, С. 716-740] утверждает, что ROA в большинстве отраслей находится в районе 10%, а ROE 15% или выше, данные показатели значительно ниже, чем показатели логистической сферы.

Коэффициент рентабельности инвестиций (Return on Investment, ROI) - с помощью анализа можно рассчитать окупаемость большей части инвестиций. Если значение ниже 100%, то инвестиции не окупаются, а если выше, то бизнес приносит прибыль. Анализ ROI принято рассчитывать каждый месяц, чтобы на основании полученных данных делать выводы относительно рентабельности инвестируемого проекта, понимать, какие именно товары или услуги имеют наибольшую маржинальность, перераспределять бюджет и увеличить отдачу от вложенных инвестиций. Коэффициент ROI рассчитывается по формуле 15:

$$ROI = \frac{\text{Прибыль до выплаты налогов и процентов}}{\text{Собственный капитал} + \text{долгосрочные обязательства}} \times 100 \quad (15)$$

Чистая маржа (Net Profit Ratio) - коэффициент рентабельности, рассчитанный как отношение чистого дохода ко всем доходам от реализации, или отношение чистой прибыли к размеру выручки. Этот коэффициент показывает, сколько доходов фактически

получает компания с каждого доллара продаж. Маржа прибыли является очень полезным показателем особенно при сравнении компаний в аналогичных отраслях. Более высокая маржа прибыли указывает на более рентабельную компанию, которая имеет лучший

Группы КРІ	Показатели финансовой устойчивости	Показатели ликвидности	Показатели рентабельности
Показатели	<ul style="list-style-type: none"> • Коэффициент финансового левериджа • Коэффициент финансовой автономии • Коэффициент финансовой зависимости 	<ul style="list-style-type: none"> • Коэффициент покрытия А • Коэффициент покрытия В • Коэффициент быстрой ликвидности • Коэффициент текущей ликвидности 	<ul style="list-style-type: none"> • ROE • ROA • ROI • Чистая маржа

контроль над своими затратами, по сравнению с конкурентами. Коэффициент маржинальности рассчитывается по формуле 16:

$$\text{Чистая маржа} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Доход}} \times 100 \quad (16)$$

Комплексная оценка финансовой эффективности организации будет основываться на измерении КРІ внутри представленных групп показателе эффективности. Все используемые показатели объединены и структурированы в таблице 5:

Таблица 5

Показатели финансовой эффективности логистической компании

Источник: составлено автором

2.3. Эмпирическое исследование параметров и формирование гипотез

В предыдущих параграфах были выбраны сравниваемые показатели уровня интернационализации и показатели эффективности. Для целей исследования необходимо сформировать гипотезы и провести первичные эмпирические расчеты связи уровня интернационализации и показателей эффективности деятельности логистических компаний.

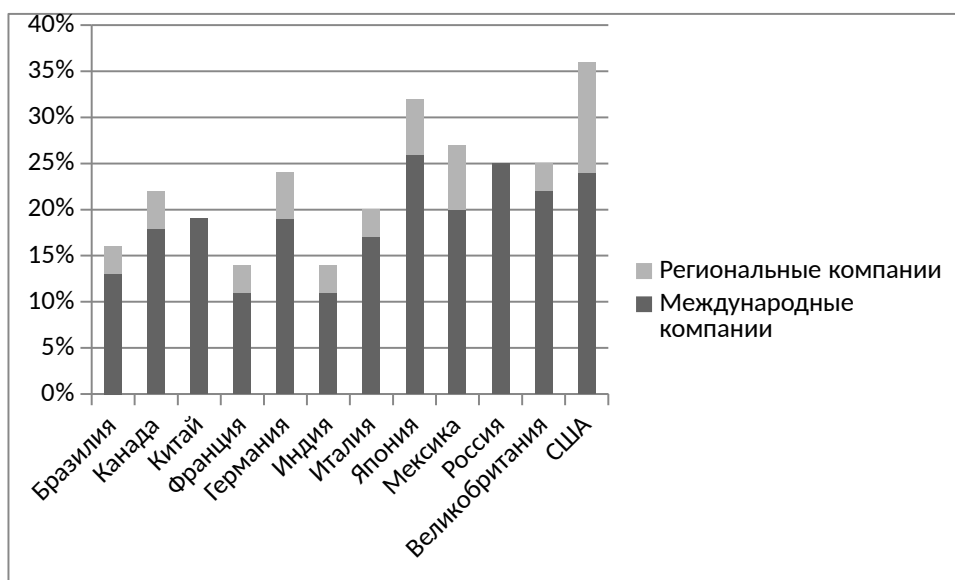
Многие исследователи задавались вопросом данной связи в целом, для всех компаний. Крупнейшие мировые компании придерживаются позиции, что естественным

путем развития является расширение за счет выхода на новые рынки. Считается, что такая стратегия в будущем поможет компании укрепить свои позиции на рынке и повысить финансовые результаты.

Компания DHL провела исследование⁸ на тему причин и результатов интернационализации. В результате исследования было доказано, что среди самых эффективные (ежегодный рост более 10%) компаний малого и среднего бизнеса большинство компаний интернационализированные. Результаты исследования представлен на рисунке 6.

Рис. 6

Процент высокоэффективных компаний в общей выборке стран



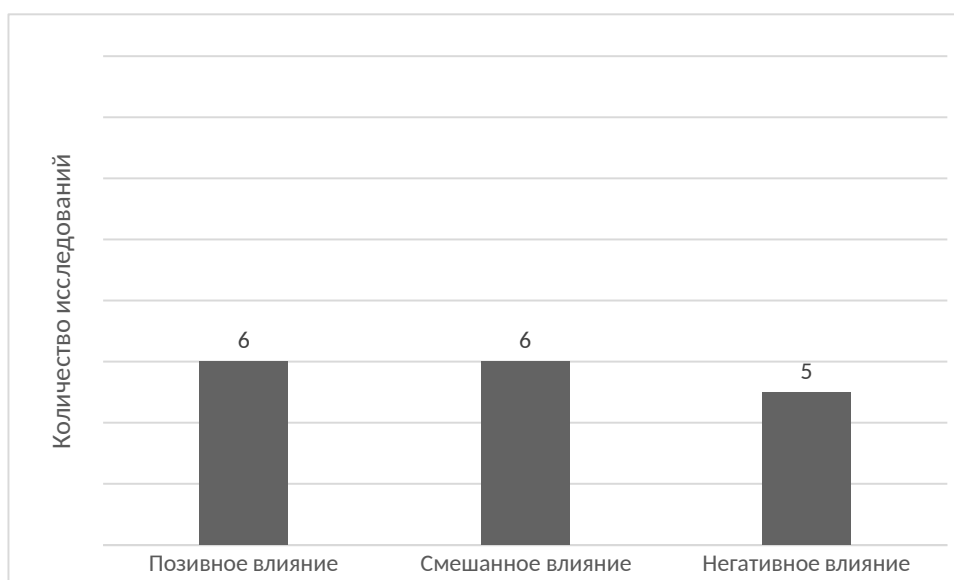
Источник: составлено автором по данным DHL

Однако, научные исследования по данной теме предоставляют не столь категоричные результаты. Оценка влияния интернационализации на показатели эффективности, составленная по результатам 17 эмпирических исследований представлена на рисунке 7.

Рис. 7

Результаты исследования интернационализации различными авторами

⁸ Internationalization – a driver for business performance [Электронный ресурс] // DHL. Режим доступа: http://www.dhl.com/en/about_us/logistics_insights/studies_research/sme_internationalization_study.html#.Vz5GhWNFv1w (дата обращения: 25.04.2016)



Источник: составлено автором

Как видно из рисунка, авторы не пришли к единому мнению касательно данного вопроса. Стоит отметить, что в данных исследованиях в качестве показателя интернационализации использовалось соотношение зарубежных продаж к общим продажам, а основными показателями эффективности были исключительно показатели рентабельности.

Объектом предыдущих исследований являлся набор крупных международных компаний. Для целей данного исследования необходимо провести первичный анализ для российских логистических компаний. Для того чтобы сравнить результаты исследований было решено провести анализ зависимости продаж логистических услуг российских компании за рубежом к общим продажам и отдельно показателей ROA и ROE. Две выборки первичного исследования составлены из 30 крупнейших российских логистических компаний и 30 крупнейших мировых логистических компаний⁹, ранжирование компаний проводилось по объему чистой прибыли за 2015 год. Выборка российских компаний входит в основную выборку дальнейшего исследования. Для первичной оценки связи было решено провести корреляционный анализ между показателем FSTS и показателями рентабельности ROA и ROE.

Сравниваемые показатели	Крупнейшие российские логистические компании			Крупнейшие мировые логистические компании		
	FSTS	ROA	ROE	FSTS	ROA	ROE
Среднее значение	26%	9%	11%	80%	15%	20%
Коэфф. Корреляции		0,0847039	-0,097378513		0,14965	0,2274

⁹ World Investment Report 2015 [Электронный ресурс] // UNCTAD. – Режим доступа: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1245> (дата обращения 17.03.2016)

По результатам первичного исследования не удалось выявить видимой связи показателя FSTS и показателей эффективности для российских логистических компаний. Однако, проведя подобное исследование для крупнейших иностранных логистических компаний удалось определить прямую зависимость между данными показатели. Чем выше показатель отношения зарубежных продаж к общим, тем выше показатель рентабельности и капитала. Результаты исследования представлены в таблице.

Таблица 6

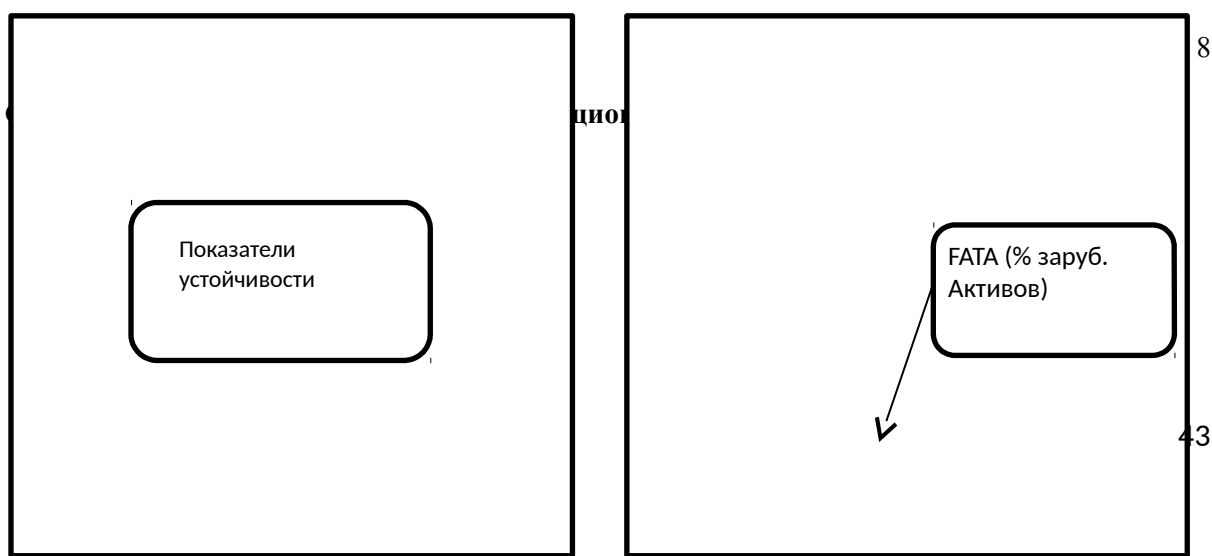
Первичное исследование связи показателя FSTS и показателей рентабельности

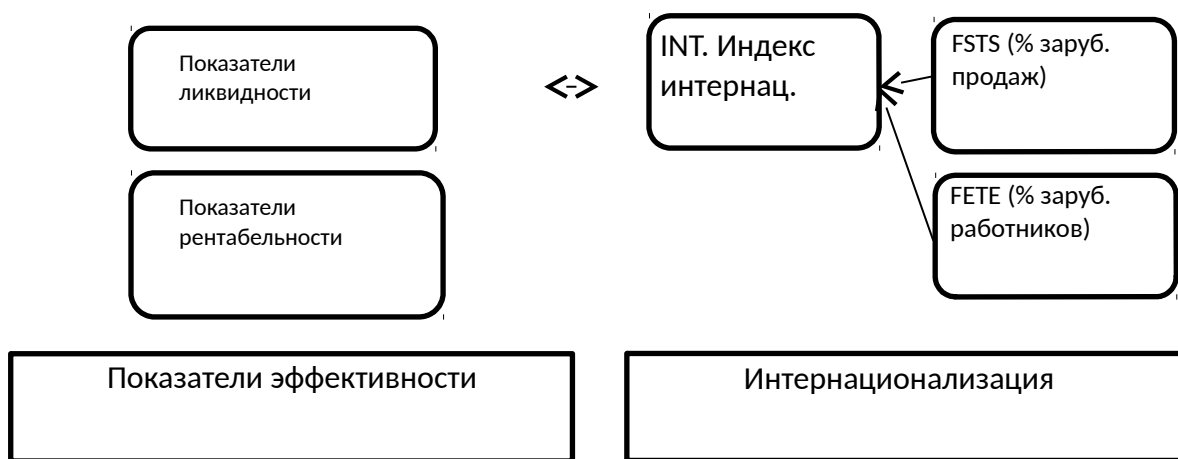
Источник: составлено автором

Проведенные исследования дали противоречивый результат. В более современных исследованиях взаимосвязи выделяются как минимум пять типов зависимостей [Толлман, Педерсен, 2013, 71-76]:

1. Линейная положительная,
2. положительная с уменьшающейся отдачей (нелинейная),
3. U-образная кривая,
4. обратная U-образная кривая,
5. S-образная кривая.

В ряде работ, обобщающих результаты проводимых в течение четырех десятилетий исследований по проблематике взаимосвязи уровня интернационализации и показателей эффективности компании, такие результаты часто характеризуются как «смешанные», «незавершенные», «несовместимые», «противоречивые», «конфликтующие», «разочаровывающие» [Cardinal, Miller, Palich, 2011, С. 175-186; Hult , 2011, 171-174). Это еще раз доказывает необходимость проведения исследования с использованием составного показателя интернационализации и большого спектра показателей эффективности. Схематично переменные, использованные в данном исследовании представлены на рисунке 8:





Источник: составлено автором

Противоречивость многих эмпирических исследований [Контрактор, 2013, С. 167] объясняется специфичностью самих компаний, нерепрезентативностью выборок и недостаточной тщательностью исследований. Трехстадийная модель международной экспансии, защищаемая Ф. Контрактором, предполагает, что по крайней мере на некотором участке зависимость носит положительный характер. Если это так, то существует точка оптимума, соответствующая наиболее эффективному уровню многонациональности фирмы

На основе первичного исследования были сформированы следующие гипотезы:

- 1-я гипотеза:** Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели рентабельности российских логистических компаний.
- 2-я гипотеза:** Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели устойчивости российских логистических компаний.
- 3-я гипотеза:** Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели ликвидности российских логистических компаний.

Вводы по главе 2

Основной задачей второй главы было обоснование состава индикаторов оценки уровня интернационализации, а также выбор необходимых показателей эффективности, которые были бы специфичны для всех компаний логистической сферы, работающих как минимум на двух географических рынках. Были сформированы рабочие гипотезы о наличии и связи между индикаторами эффективности и уровнем интернационализации логистических МНК.

Таким образом, к показателям эффективности организации были отнесены группы индикаторов такие как: показатели устойчивости, показатели ликвидности, показатели рентабельности логистических компаний. В группу показателей устойчивость вошли коэффициент финансового левериджа, коэффициент финансовой автономии и коэффициент финансовой зависимости; в группу показателей ликвидности вошли коэффициент покрытия А, коэффициент покрытия В, коэффициент быстрой ликвидности, коэффициент текущей ликвидности; в группу показателей рентабельности вошли ROA, ROE, ROI и чистая маржа. В качестве показателей интернационализации было решено использовать процент зарубежных активов от общего, процент зарубежных работников от общего, а также процент зарубежных продаж от общего объема.

Выдвигать гипотезы необходимо на основе следующих предположений. В ходе первичного исследования выяснилось, что нет единого мнения по поводу влияния выбранных индикаторов друг на друга, однако согласно концепциям и специфики интернационализации (параграф 1.1, 1.2), выходя на новые рынки, компании в первую очередь задумываются о получении прибыли, улучшении своих позиций на рынке и максимально эффективному использованию своих ресурсов, следовательно, предполагается положительное влияние уровня интернационализации на показатели эффективности. Для определения состояния компании в параграфе 2.2 предложены показатели эффективности, сгруппированные по трем группам, поэтому гипотезы должны ссылаться на данные группы. На основании всех предположений в параграфе 2.3 выдвинуты 3 гипотезы.

Разработанный инструментарий позволяет оценить уровень интернационализации ТНК, а также провести анализ влияния данного показателя на их экономические результаты. Данный анализ представлен в главе 3.

ГЛАВА 3. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ И УРОВНЯ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.1 Формирование группы изучаемых логистических компаний

Как упоминалось ранее, объектом изучения в данном исследовании являются логистические транснациональные корпорации (ТНК), владеющие или контролирующие производственные мощности, а также мощности по оказанию услуг или реализации продукции вне страны, в которой она базируется. Согласно методологии UNCTAD основными критериями, позволяющими относить предприятие к разряду МНК, является следующее:

- Наличие материнской компании и подразделений за рубежом, не менее, чем в двух странах мира;
- Контроль активов заграничных подразделений – доля акционерного капитала в дочернем предприятии, которое принадлежит материнской компании в другой стране, составляет не менее 10%.

UNCTAD определяет МНК как предприятие любой правовой формы, включающее в себя материнскую компанию и ее зарубежные подразделения. Под материнской компанией понимается предприятие, контролирующее активы других организаций вне страны, в которой оно базируется, чаще всего путем владения определенной долей в них. Зарубежное подразделение – это предприятие любой правовой формы, в котором инвестор, являющийся резидентом другой экономики, владеет долей, позволяющей ему участвовать в управлении этим подразделением [UNCTAD, 2008]. Подробное определение ТНК было описано в первой главе.

Следующим шагом для формирования выборки является определение какие именно логистические компании войдут в финальную модель, основываясь на наборе предоставляемых ими услуг. Для отечественного рынка понятие «логистическая услуга» является новым. Многие воспринимают логистические услуги только как комплекс транспортных услуг и/или услуг склада. Данное понимание является ошибочным и крайне ограниченным. Современный рынок логистических услуг может предложить широкий спектр услуг. Логистические услуги следует воспринимать как целый комплекс услуг, способствующих эффективной организации материальных потоков [Сверчков, 2013, С. 258-267].

Под логистической услугой понимается комплекс услуг по выполнению заказа потребителя на проведение работы по организации и управлению потоковыми процессами с целью их оптимизации. Параметры и условия логистической деятельности определяются основными характеристиками логистических услуг:

- Исключительность,
- вариабельность качества,
- оперативность,
- нацеленность (направленность) услуг,
- взаимосвязь с источником,
- эластичность спроса на услуги,
- услуги логистического характера, как и любые другие услуги, нельзя произвести «про запас».

Якунина [Якунина, 2014, С. 107-112] классифицирует логистические услуги по набору существенных признаков, приведенных в таблице 7.

Таблица 7

Классификация логистических услуг

Признак	Виды услуг
По значимости	<ul style="list-style-type: none"> • Основные (ключевые) логистические услуги, такие как хранение груза, экспедирование, грузоперевозка, консолидация груза, документационное сопровождение и др.; • Поддерживающие логистические услуги, к ним относят процедуры сбора и возврата товара, управление вторичными материальными ресурсами (отходами); • Дополнительные услуги, например копакинг, стикировка товара, ценообразование, то есть выделение в конечной цене готовой продукции логистических издержек).
По функциональному значению	<ul style="list-style-type: none"> • Услуги по перевозке грузов, услуги по оптимизации маршрутов; • Услуги по таможенному оформлению грузов; • Услуги по упаковке грузов/продукции; • Услуги по оформлению транспортно-сопроводительных документов; • Услуги по комплектации заказов на складе, консолидации грузов; • Услуги по приемке, складированию и грузопереработке продукции; • Услуги по маркировке, штрих-кодированию, сортировке, стикеровке товара и др.; • Услуги по информационному обеспечению системы движения материального потока; • Услуги, связанные с возвратными материальными потоками (браком, оборотной тарой);

	<ul style="list-style-type: none"> • Услуги по обеспечению запасными частями и сопутствующим сервисом; • Лизинг специалистов в области логистики; • Консалтинговые услуги.
Услуги управленческого характера	<ul style="list-style-type: none"> • Интегрированное планирование и управление звеньями цепи поставок; • Управление циклом выполнения заказа; • Управление функциональным жизненным циклом товара; • Управление материальными запасами; • Управление уровнем и параметрами качества логистического сервиса; • Управление доходами и логистическими издержками; • Аудит и контроллинг логистических процессов.
По объекту управления и степени специализации	<ul style="list-style-type: none"> • Услуги, предоставляемые для промышленных предприятий; • Услуги, предоставляемые для предприятий торговли и общественного питания; • Услуги для предприятия определенной отрасли; • Услуги в секторе B2B; • Услуги в секторе B2C; • Специализированные (специфические) услуги; • Смешанные услуги.
По периодичности использования	<ul style="list-style-type: none"> • Регулярные; • Периодические; • Оперативные.

Источник: составлено автором по Якунина, 2014

Некоторые зарубежные специалисты и участники рынка разбивают на 3 уровня все логистические активности (logistic service activities):

- I. Управление цепочкой поставок и транспортный менеджмент, который включает услуги перевозки и складирования, погрузочно-разгрузочные работы, услуги таможенного брокера;
- II. Услуги транспортного фрахтования;
- III. Дистрибуция, экспресс-доставка, упаковка, курьерские услуги, аренда транспортных средств, продажа, техническое обслуживание и ремонт оборудования и транспортных средств, страховые услуги, финансирование торговых операций, информационные и телекоммуникационные услуги.

На основании данной классификации можно провести отбор подходящих компаний, однако, она не определяет, кто выполняет данные операции: сама компания, компания на аутсорсинге или подрядчик. Существует еще одна более распространенная и удобная классификация логистических услуг:

1PL (First Party Logistics) – представляет собой независимую логистику. Чаще всего относится к грузоотправителю, который полностью выполняет все логистические операции самостоятельно (100% инсорсинг).

2PL (Second Party Logistics) – Грузоотправитель использует услуги узкоспециализированных операторов (подрядчиков) для выполнения логистических. 2PL оператор ответственен за четко определенные операционные задачи.

3PL (Third Party Logistics) – все логистические функции переданы на логистический аутсорсинг логистическому оператору комплексного логистического сервиса.

4PL (Fourth Party Logistics) - управление цепями поставок организации-заказчика (Supply Chain Management). Организация и управление логистикой переданы 4PL оператору. Чаще всего оператором контролируется весь путь движения товара от производства до пункта продажи и пункта использования. В спектр услуг 4PL входят планирование и оптимизация цепочек поставок, интеграция информационно-технологических систем, стратегическое планирование сетей, планирование использования транспорта, оптимизация маршрутов, управление складами и запасами, управление документопотоком, лизинг кадров, консалтинг и другие дополнительные услуги. У данных операторов нет или минимум активов на балансе и выполняют они в большей степени роль консультанта, в том числе при принятии стратегических решений. На российском рынке востребованность услуг 4PL-уровня невысокая, поэтому рынок еще на стадии зарождения.

5PL (Fifth Party Logistics) – услуги 4PL с широким использованием Интернета как единой виртуальной платформы, обеспечивающей более глубокое и всестороннее взаимодействие и координацию работы с обслуживаемыми клиентами. Специалисты до сих пор не пришли к единому определению 5PL операторов, так как данная сфера логистики является новой.

Определив типы логистических операторов видно, что они отличаются между собой уровнем кастомизации и интеграции в бизнес-процессы организации и набором предоставляемых услуг и длительностью отношений с грузоотправителем. Захария (Zacharia, 2011, С. 40-54) разделил операторов на кластеры в зависимости от приведённых выше переменных. На рисунке 9 видно, что некоторые кластеры пересекаются между собой.

Рис. 9

Классификация логистических операторов



Источник: составлено автором

Из анализа логистических операторов видно, что интернационализация своей деятельности может быть свойственна 1PL, 2PL, 3PL, 4PL и 5PL операторам. Однако, так как 4PL и 5PL операторы предоставляют свои услуги не используя или используя минимум активов, представляется возможным провести исследование влияния интернационализации на показатели экономической эффективности для 2PL и 3PL операторов.

Информация о деятельности крупных логистических компаний представляется консалтинговыми компаниями и аналитическими изданиями. Относительно небольшие логистические посредники, не вошедшие в исследования компаний, могут самостоятельно не относить себя к выделенным типам логистических операторов, поэтому определять компании по группам необходимо вручную. Таким образом, к 2PL операторам будут относиться узкопрофильные посредники, такие как транспортные компании, экспедиторы, склады общего пользования, грузовые терминалы, таможенные брокеры, агенты. К 3PL операторам будут отнесены компании, предоставляющие широкий набор логистических услуг.

Определив спектр интересующих компаний, была сформирована выборка, состоящая из 68 логистических компаний. Описательная статистика данной выборки представлена в Таблице 7

Таблица 8

Описательная статистика

	Минимальное значение	Максимальное значение	Среднее значение	Медианное значение
Доля зарубежных активов	24,5%	80,0%	48,7%	52,6%
Доля зарубежных продаж	20,2%	70,6%	39,8%	35,0%
Доля сотрудников за рубежом	10,5%	86,1%	34,2%	36,2%
Индекс интернационализации	18,4%	79,1%	40,9%	41,3%
ROA	8,9%	34,9%	20,4%	23,7%
ROE	12,2%	44,2%	30,1%	29,0%
ROI	13,9%	61,7%	27,2%	30,5%
Чистая маржа	-24,1%	153,8%	30,4%	37,2%
Коэффициент покрытия А	10,2%	25,5%	15,4%	16,1%
Коэффициент покрытия В	17,7%	38,1%	26,2%	25,2%
Коэффициент быстрой ликвидности	90,1%	160,4%	128,8%	126,8%
Коэффициент текущей ликвидности	110,2%	238,3%	181,9%	178,6%
Коэффициент финансового левериджа	11,6%	117,3%	70,4%	72,1%
Коэффициент финансовой автономии	12,2%	71,9%	60,1%	57,2%
Коэффициент маневренности собственных средств	-11,5%	30,1%	15,5%	14,1%

3.2 Анализ данных и проверка гипотез исследования

Перед тем как провести исследование взаимосвязи выборка была протестирована на выбросы для того чтобы определить по какой из формул (2) или (3), приведенных во второй главе, будет производиться нормирование переменных. Трудно сказать о типе распределения в данной выборке, гипотеза о нормальном распределении может быть неверна, поэтому мы не можем использовать Q-тест Диксона или воспользоваться правилом грубой ошибки. В таком случае целесообразно воспользоваться MAD-тестом.

MAD-тест является робастным, то есть устойчивым к нарушениям основных предположений. Для того чтобы оценить нашу выборку сначала найдем среднее абсолютных значений отклонений точек данных от среднего (MAD). MAD можно найти по формуле 17:

$$MAD = Me \vee x_i - Me(x_i) \vee \hat{\sigma} \quad (17)$$

где Me - медиана значений

x_i – исходное значение величины

Для проверки гипотезы о том, что подозрительно выделяющееся значение x_i является выбросом, рассчитывают соотношение по формуле 18:

$$\frac{|x_i - Me(x_i)| \vee \hat{\sigma}}{MAD} \quad (18)$$

Если соотношение больше 5, то x_i является выбросом.

В таблице 8 представлены результаты MAD-теста для составных элементов индекса интернационализации и самого индекса интернационализации, так как именно для этих переменных будет проводится нормировка.

Таблица 9

Результаты MAD-теста

	MAD	$Me(x_i) \vee \hat{\sigma}$	Количество статистических выбросов
Доля зарубежных активов	36,80%	52,61%	0

Доля зарубежных продаж	22,75%	35,02%	0
Доля сотрудников за рубежом	13,33%	36,20%	0
Индекс транснациональности	19,12%	41,31%	0

Результаты MAD-теста показывают, что в выборке отсутствуют экстремально низкие и экстремально высокие значения, следовательно для нормировки значений необходимо воспользоваться формулой 19:

$$\tilde{x}_i = \frac{x_i - x_{min}}{x_{max} - x_{min}} \quad (19)$$

Для всех 68 логистических логистических ТНК уже был посчитан индекс интернационализации на основе индекса TNI. Рассчитав интересующий индекс, мы можем перейти к эмпирическому исследованию о влиянии интернационализации логистических ТНК на показатели эффективности. Составные элементы индекса интернационализации были нормированы по формуле 4, так же как и сам индекс интернационализации. Показатели эффективности являются относительными показателями, следовательно позволяет провести справедливое сравнение экономических результатов логистических ТНК различных масштабов, для данных показателей не требуется проводить нормировку данных. В качестве инструмента анализа связи между рассмотренными во второй главе переменными использовался корреляционный анализ.

Корреляция – статистический метод, позволяющий определить, существует ли зависимость между переменными и на сколько она сильна. Коэффициент корреляции измеряет силу и направление связи между двумя переменными. Коэффициент корреляции вычисляется по формуле 20:

$$r = \frac{\sum_i (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_i (x_i - \bar{x})^2 \sum_i (y_i - \bar{y})^2}} \quad (20)$$

где r – выборочный коэффициент корреляции

Коэффициент корреляции изменяется на отрезке от -1 до $+1$. Если между переменными существует сильная положительная связь, то значение r будет близко к $+1$. Если между переменными существует сильная отрицательная связь, то значение r будет близко к -1 . Когда между переменными нет линейной связи или она очень слабая, значение r будет близко к 0 .

Результаты корреляционного анализа между показателями выборки представлены в таблице 10:

Таблица 10

Корреляционная матрица индекса интернационализации и показателей эффективности

	Индекс Инт.		Индекс Инт.		Индекс Инт.
ROA	0,098	Коэффициент покрытия А	-0,08	Коэффициент финансового левериджа	-0,26
ROE	0,102	Коэффициент покрытия В	-0,132	Коэффициент финансовой автономии	-0,117
ROI	0,145	Коэффициент быстрой ликвидности	0,08	Коэффициент маневренности и собственных средств	0,03
Чистая маржа	0,02	Коэффициент текущей ликвидности	0,20	-	-

После того как было определено, что между индексом интернационализации и показателями экономической эффективности существует связь, необходимо понять с какой силой и как именно влияют данные показатели друг на друга. Для целей данной части исследования было решено построить регрессионную модель.

Зависимость y от $x_j, j = 1, \dots, (m - 1)$ имеет вид¹⁰:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_{m-1} x_{m-1i} + \varepsilon, i = 1, \dots, n \quad (21)$$

В данном уравнении через $x_j, j = 1, \dots, (m - 1)$ обозначены независимые факторные переменные, которые могут носить как случайный, так и неслучайный характер. Через y обозначена зависимая от них переменная, через ε – случайная составляющая, а через $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_{m-1}$ неизвестные коэффициенты. Будем считать, что для случайных величин $\varepsilon_i, i = 1, \dots, n$ выполняются все предположения Гаусса-Маркова. В этом случае многофакторная функция регрессии будет иметь вид:

¹⁰ Березинец И.В. Основы Эконометрики. Учеб. пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб.: Издательство «Высшая Школа Менеджмента», 2011.

$$y_{x_i} = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_{m-1} x_{m-1i} + \varepsilon, i = 1, \dots, n \quad (22)$$

Для нахождения неизвестных коэффициентов используется метод наименьших квадратов. В качестве функции, подлежащей оптимизации, выбирается сумма квадратов ошибок, которая в дальнейшем имеет вид:

$$L(\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_{m-1}) = \sum_{i=1}^n \dot{y}_i^2 \quad (23)$$

В рамках исследования влияния интернационализации на показатели эффективности, в качестве независимой переменной будет использоваться индекс интернационализации, а в качестве зависимой переменной будет использоваться каждый из показателей эффективности в отдельности, тогда

Таблица 11

Эмпирические модели зависимостей взаимосвязи показателей эффективности и индекса интернационализации

Показатель эффективности	Модели взаимосвязи	Статистическая значимость
ROA	$ROA = 0,25 + 0,015 * TNI$	0,0458
ROE	$ROE = 0,31 + 0,179 * TNI$	0,0367
ROI	$ROI = 0,0463 + 0,205 * TNI$	0,0399
Чистая маржа	$Чистая\ маржа = 0,005 + 0,094 * TNI$	0,067
Коэффициент покрытия А	$Коэффициент\ покрытия\ А = 0,0575 - 0,0675 * TNI$	0,003
Коэффициент покрытия В	$Коэффициент\ покрытия\ В = 0,0345 - 0,03 * TNI$	0,127
Коэффициент быстрой ликвидности	$Коэффициент\ быстрой\ ликвидности = 0,12 + 0,001 * TNI$	0,087
Коэффициент текущей ликвидности	$Коэффициент\ текущей\ ликвидности = 0,35 + 0,046 * TNI$	0,023
Коэффициент финансового	$Коэффициент\ финансового\ левериджа = 0,021 - 0,001 * TNI$	0,007

левериджа		
Коэффициент финансовой автономии	<i>К коэффициент финансовой автономии = 0,073 – 0,07</i>	0,021
Коэффициент маневренности собственных средств	<i>Коэффициент маневренности собственных средств</i>	0,841

Регрессионная модель показала, что значимыми являются только показатели ROA, ROE, ROI, Коэффициент покрытия А, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент финансового левериджа, коэффициент финансовой автономии. Из чего можно сделать следующие выводы:

- При увеличении индекса интернационализации на 1, показатель рентабельности активов увеличивается на 0,015;
- При увеличении индекса интернационализации на 1, показатель рентабельности капитала увеличивается на 0,179;
- При увеличении индекса интернационализации на 1, показатель рентабельности инвестиций увеличивается на 0,205;
- При увеличении индекса интернационализации на 1, коэффициент покрытия А уменьшается на 0,00675;
- При увеличении индекса интернационализации на 1, коэффициент текущей ликвидности увеличивается на 0,046;
- При увеличении индекса интернационализации на 1, коэффициент финансового левериджа уменьшается на 0,005;
- При увеличении индекса интернационализации на 1, коэффициент финансовой автономии уменьшается на 0,073.

В рамках целевого программирования, необходимо понять в какой мере каждый составной показатель FSTS, FETE, FATA из интегрального индекса интернационализации влияет на показатели эффективности логистических ТНК. В предыдущем этапе были определены незначимые показатели, поэтому данные уравнения не будут учитываться при новом анализе. Все вычисления будут производиться по аналогии с первым исследованием. Результаты исследования представлены в таблице 12:

Эмпирические модели зависимостей взаимосвязи показателей эффективности и составляющих индекса интернационализации

Зависимая переменная: показатель ROA		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,06	0,0345
FSTS	0,07	0,0113
FETE	0,02	0,0485
Зависимая переменная: показатель ROE		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,094	0,027
FSTS	0,046	0,033
FETE	0,021	0,342
Зависимая переменная: показатель ROI		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,102	0,012
FSTS	0,101	0,002
FETE	-0,002	0,052
Зависимая переменная: Коэффициент покрытия А		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	-0,036	0,043
FSTS	-0,034	0,024
FETE	-0,002	0,130
Зависимая переменная: Коэффициент текущей ликвидности		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,013	0,002
FSTS	0,035	0,039
FETE	0,014	0,011
Зависимая переменная: Коэффициент финансового левериджа		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	-0,002	0,038
FSTS	-0,013	0,021
FETE	0,004	0,061
Зависимая переменная: Коэффициент финансовой автономии		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	-0,056	0,006
FSTS	-0,019	0,029
FETE	-0,012	0,032

Из таблицы 12 следует, что в большинстве случаев самое сильное влияние на показатели эффективности логистических ТНК оказывает влияние показатель FSTS и FATA, а показатель FETE либо имеет минимальные значения, либо является статистически незначимым. Так FETE для уравнения связи с показателем ROI и коэффициентом финансового левериджа является статистически незначимым. Подобные данные говорят о том, что многие логистические компании используют зарубежные дочерние компании в качестве финансового инструмента, для уменьшения налогового бремени, получения государственных субсидий и т.д. Однако, новые данные не противоречат выводам предыдущего исследования.

Разбив индекс интернационализации на составные части в уравнении линейной регрессии для показателей эффективности было получено знание, важное при построении стратегии интернационализации логистических компаний, так как ориентируясь на влияние показателей FSTS, FATA и FETE руководство компании может спрогнозировать влияние от своих действий на общее состояние материнской компании.

В параграфе 3.1 был определен состав выборки, в которую вошли 2PL и 3PL операторы, без привязки к определенному виду логистической деятельности. Однако, чтобы получить более достоверные и релевантные данные, было решено разбить выборку на кластеры по видам деятельности и еще раз провести регрессионный анализ. Выборка была разбита на 2 кластера, так чтобы количество элементов в каждой новой выборке было примерно равным. Из основной выборки были отобраны компании занимающиеся мультимодальными перевозками и традиционными перевозками. Подобное исследование можно проводить для любых произвольных кластеров. Полученные данные представлены в приложении 1 и 2.

Из результатов видно, что самое сильное влияние индекса интернационализации наблюдается у компаний, занимающихся мультимодальными перевозками. У компаний, занимающихся традиционными перевозками, выделяется сравнительно большое влияние показателя FATA, данное влияние может объясняться тем, что мультимодальный перевозчик при этом не должен обладать всеми видами транспорта и в практике это чрезвычайно редкое явление. Такая перевозка часто осуществляется суб-перевозчиками. Также кластерное исследование подтверждает наблюдение, что показатель FETE имеет минимальное влияние на показатели эффективности российских логистических ТНК.

Далее необходимо сделать выводы о проверке гипотез исследования о существовании взаимосвязи между индексом интернационализации компании и показателями ее финансовой эффективности. Гипотезы представлены в таблице 13:

Проверка гипотез исследования

	Гипотеза	Решение	Комментарий
1-я гипотеза	Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели рентабельности российских логистических компаний.	Принимается	Первая гипотеза принимается для общей выборки российских логистических ТНК, так как для 3 из 4 показателей данная связь была доказана.
2-я гипотеза	Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели устойчивости российских логистических компаний.	Отвергается	Вторая гипотеза отвергается для общей выборки российских логистических ТНК, так как только для 2 из 4 показателей данная связь была доказана.
3-я гипотеза	Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели ликвидности российских логистических компаний.	Отвергается	Третья гипотеза отвергается для общей выборки российских логистических ТНК, так как хоть для 2 из 3 показателей данная связь отрицательная.

3.3 Описание результатов

Основной целью проведения регрессионного анализа было установление наличия или отсутствия взаимосвязи между степенью интернационализации российских логистических ТНК и показателями экономической эффективности. В качестве выборки для анализа были выбраны российские 2PL- и 3PL-операторы, ведущие деятельность как на территории России, так и за ее пределами. По результатам проверки гипотез был установлен ряд выводов. Во первых, было доказано что существует положительная связь между индексом интернационализации и показателями рентабельности (ROI, ROE, ROA), а так же отрицательная связь с показателями финансовой устойчивости (коэффициент финансового левериджа, коэффициент финансовой автономии, коэффициент маневренности собственных средств) для всех логистических компаний, представленных в выборке. Таким образом, повышая индекс интернационализации будут увеличиваться и показатели рентабельности. Однако, разделив выборку на кластеры, состоящие из компаний, которые занимаются мультимодальными и традиционными перевозками, стало видно, что для мультимодальных логистических компаний свойственно положительное влияние интернационализации и на группу показателей финансовой устойчивости (Коэффициент покрытия А, коэффициент быстрой ликвидности, коэффициент текущей

ликвидности). Для более точных данных интегральный показатель интернационализации был разложен на составные показатели (FATA, FSTS, FETE). Повторное исследование с данными независимыми значениями показало схожие общие результаты, но также показало, что показатель FETE имеет самое маленькое влияние на показатели экономической эффективности компаний. Для компаний, занимающихся традиционной перевозкой свойственно большое влияние показателя FATA, а для мультимодальных перевозчиков FSTS.

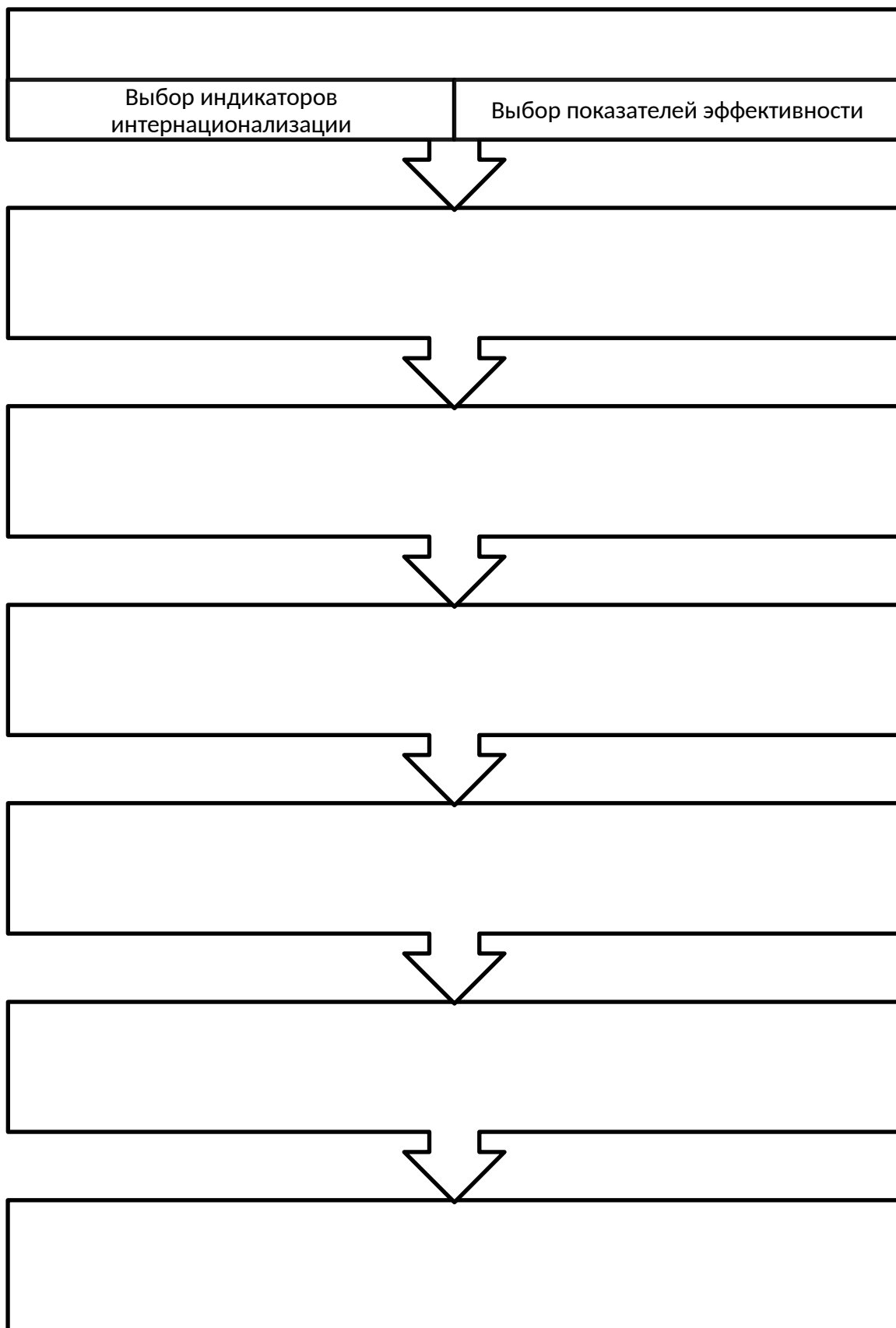
3.4 Практические рекомендации

Итак, было проведено эмпирическое исследование и проверены гипотезы о наличии взаимосвязи степени интернационализации и показателей финансовой эффективности российских логистических ТНК. Предполагается, что инструментарий, разработанный в процессе работы, может применяться системой менеджмента логистических компаний в области принятия стратегических решений интернационализации и влияния данной стратегии на финансовые показатели эффективности.

Катькало [Катькало, 2011, С. 7-38] в своем исследовании утверждает, что развитие зарубежной экспансии российских фирм не вписывается в рамки простых моделей последовательной интернационализации и концепций прямых зарубежных инвестиций, что затрудняет исследование феномена РМНК, поэтому российским ТНК тяжело планировать свою стратегию интернационализации. В качестве практических рекомендаций данного исследования предполагается использование инструментария программно-целевого планирования на основе разработанной модели оценки. Такой инструментарий может способствовать более точному измерению влияния имплементации стратегии интернационализации на показатели эффективности, что поможет компании скорректировать стратегию и спрогнозировать финансовые результаты своей компании.

В качестве практических рекомендаций предлагается блок-схема программно-целевого планирования интернационализации ТНК. Блок-схема представлена в формате комплексной программы мероприятий по интернационализации ТНК. По своей сути структура предложенного программно-целевое планирование соответствует структуре данной работы. Таким образом, блок схема представлена на рисунке далее (рис. 10).

Блок-схема программно-целевого планирования интернационализации ТНК



Источник: составлено автором

Наиболее целесообразным и логичным способом начать процесс планирования мы рекомендуем начать с выбора индикаторов уровня интернационализации, а также экономических индикаторов для проведения последующего регрессионного анализа связи данных показателей. В рамках исследования, было решено использовать ограниченное число индикаторов, которые дали наиболее объективную оценку соответствующих параметров, а также были доступны в открытом доступе. Необходимо отметить, что для предлагаемой модели возможно использование других индикаторов, их количество и сущность определяются индивидуально для целей исследований. Больше и более разнообразное целевое выделение показателей поможет повысить точечную спецификацию, что повысит эффективность модели и положительно повлияет на дальнейшее планирование.

На втором этапе планирования необходимо определить выборку компаний для последующего анализа. Для репрезентативности выборки необходим подбор компаний, которые бы соответствовали целям исследования и были схожи по своей сути с исходной логистической компанией, то есть той компанией, которая осуществляет планирование. Чем более широко будут выбраны компании, тем выше шанс получения статистических ошибок, а результаты исследования будут бесполезны для принятия стратегических решений.

Третий этап – это кластеризация компаний, позволяет провести более эффективное формирование целевых показателей, а так же позволит идентифицировать наиболее схожие компании. В рамках данного исследования, была проведена кластеризация в одном измерении – по типу предоставляемых транспортных услуг – мультимодальные и традиционные перевозки. Однако, как и в случае с используемыми показателями, чтобы идентифицировать компании, которые наиболее близки к исходной, а также могли бы показать более релевантные данные, необходимо использование большого количества критериев к тому или иному кластеру. Такими измерениями могут быть различные способы перевозок (авто-, авиаперевозки или перевозки железной дорогой), страны, в которых компании оперируют и т.д.. Кроме того, необходимо позиционировать в полученном n-мерном пространстве и саму ТНК, осуществляющую планирование. Последующий анализ целесообразно проводить именно для кластеров, наиболее близких к исходной компании, с тем, чтобы нивелировать все посторонние «шумы», мешающие провести точную оценку. Также стоит помнить о соотношении информации и данных о компании, что сделает возможным использование полученных данных и практическое применение.

На четвертом этапе необходимо определить целевые показатели. Этот шаг необходим для последующего применения результатов исследования и эффективного планирования мероприятий и стратегических инициатив. Целевые значения показателей эффективности определяются согласно текущей или новой стратегии и планам топ-менеджмента логистической компании.

Пятый этап – определение горизонта планирования. Целью данной работы является определение связи уровня интернационализации и показателей экономической эффективности, поэтому в качестве показателей использовались данные за 2015 финансовый год. Однако, для программно-целевого планирования необходимо выбрать горизонт планирования. Во многом он будет зависеть от имеющихся данных для ретроспективного анализа. Чем дальше горизонт планирования, тем более глубоким должен быть ретроспективный анализ.

На предпоследнем шаге, следует провести непосредственно анализ влияния уровня интернационализации на показатели экономической эффективности. При этом данный анализ должен быть проведен в рамках релевантных кластеров, с учетом горизонта планирования. Построение аналитических зависимостей позволит установить, комбинацию каких параметров по соответствующим индикаторам, которые были выбраны на первом шаге, которые использовали компании, добившейся наибольшей экономической отдачи. Полученные результаты должны позволить компании определить, сочетание каких параметров позволит добиться наибольшей отдачи. При этом компания может установить целевые показатели эффективности, другими словами установить ориентиры по интернационализации своего бизнеса. По результатам данного исследования, увеличение индекса интернационализации приводит к увеличению показателей рентабельности и уменьшению показателей финансовой устойчивости для всех компаний в выборке, а для мультимодальных перевозок свойственно еще и положительное влияние на группу показателей ликвидности. В практическом применении данного подхода, описанные выше шаги позволят установить свои параметры, как факторов, так и зависимых переменных. Комбинация выбранных параметров поможет предопределить наиболее подходящую реализацию мероприятий по увеличению уровня интернационализации, что в последующем приведет к соответствующим изменениям целевых показателей эффективности.

На последнем этапе формируется комплексная программа по интернационализации деятельности компании как совокупности взаимосвязанных мероприятий (стратегических инициатив), направленных на достижение целевых значений ключевых экономических

параметров корпоративной стратегии. Для этого менеджменту следует сформировать портфель проектов, которые позволят улучшить показатель интернационализации, или одни их составных показателей интегрального показателя интернационализации, что в итоге будет способствовать успешной реализации соответствующих стратегий и, в конечном итоге, приведет к достижению целевых экономических индикаторов.

Выводы по главе 3

Задачей третьей являлась непосредственная проверка наличия или отсутствия взаимосвязи сводного индекса интернационализации и показателями эффективности российских логистических транс-национальных компаний. Во-первых, была сформирована и описана выборка данных, составленная на основе 68 крупнейших российских логистических компаний, ведущих свою деятельность как на территории других государств.

Во-вторых, был проведен корреляционный и регрессионный анализ и проверка гипотез исследования. По результатам исследования была принята первая гипотеза исследования, вторая и третья гипотеза были отклонены. Однако, при более детальном исследовании, были сделаны выводы о том, что вторая гипотеза принимается для компаний, занимающихся мультимодальными перевозками. Следующим этапом была интерпретация полученных результатов.

В-третьих, после получения результатов исследования было предложено их практическое применение. Были определены и прописаны шаги программно-целевого планирования интернационализации деятельности логистических компаний для улучшения показателей эффективности российских логистических ТНК.

Заключение

В соответствии с поставленной целью исследования был выполнен ряд задач работы. В первую очередь, для целей изучения влияния уровня интернационализации на показатели эффективности российских логистических компаний, была изучена теоретическая база по предмету исследования, на основе которой будет строиться дальнейшее изучение поставленной проблемы. В процессе анализа литературы, в первую очередь, были сформулированы основные понятия и подходы к их определению. Этап изучения литературы можно разделить на два основных блока. В первом блоке проводилось исследование сущности интернационализации. Были изучены различные определения интернационализации, рассмотрены основные точки зрения и выделено наиболее универсальное определение, соответствующее формату данной работы. Были выделены специфические методы и формы интернационализации логистических компаний, были приведены примеры выхода некоторых логистических компаний на новые рынки. Во втором блоке шла речь о теоретическом изучении предмета исследования, а именно логистического ТНК. Было дано определение ТНК, перечислены его основные характеристики, а также приведены критерии отнесения компании к категории многонациональных компаний. Далее был разработан метод исследования влияния интернационализации на показатели эффективности логистического ТНК, данный метод был представлен в форме блок-схемы, на основе которой были проведены дальнейшие исследования. Разработанный инструментарий позволил оценить уровень интернационализации ТНК, а также провести анализ влияния данного показателя на их экономические результаты.

Далее, были выбраны показатели для изучаемой модели. В качестве показателя уровня интернационализации был выбран индекс транснациональности UNCTAD, который состоит из трех показателей: отношение всех активов к зарубежным активам, отношение общих продаж к зарубежным продажам, отношение общего персонала к зарубежному персоналу, каждый из этих показателей был нормирован относительно значений всех элементов выборки. Так же были выбраны показатели эффективности, которые были бы специфичны для всех компаний логистической сферы, работающих как минимум на двух географических рынках. Таким образом, к показателям эффективности организации были отнесены группы индикаторов таких как: показатели устойчивости, показатели ликвидности, показатели рентабельности логистических компаний. В группу показателей устойчивости вошли коэффициент финансового левериджа, коэффициент финансовой автономии и коэффициент финансовой зависимости; в группу показателей ликвидности вошли коэффициент покрытия А, коэффициент покрытия В, коэффициент

быстрой ликвидности, коэффициент текущей ликвидности; в группу показателей рентабельности вошли ROA, ROE, ROI и чистая маржа. В качестве показателей интернационализации было решено использовать процент зарубежных активов от общего, процент зарубежных работников от общего, а также процент зарубежных продаж от общего объема.

До того как была окончательно сформирована выборка компаний, чтобы точнее сформулировать гипотезы эмпирического исследования была проведен первичный анализ связи. В качестве изучаемых переменных использовались показатели отношения зарубежных продаж к общим продажам (FSTS), а так же показатели рентабельности активов (ROA) и показатели рентабельности капитала (ROE). По результатам первичного исследования не удалось выявить видимой связи показателя FSTS и показателей эффективности для российских транспортных компаний. Однако, проведя подобное исследование для крупнейших иностранных транспортных компаний удалось определить прямую зависимость между данными показателями. Чем выше показатель отношения зарубежных продаж к общим, тем выше показатель рентабельности капитала. После чего были сформированы 3 гипотезы исследования:

1-я гипотеза: Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели рентабельности российских логистических компаний.

2-я гипотеза: Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели устойчивости российских логистических компаний.

3-я гипотеза: Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели ликвидности российских логистических компаний.

Для проведения эмпирического исследования были собраны данные по компаниям, занимающиеся логистической деятельностью, а точнее 2PL- и 3PL-операторы. В итоге, были собраны данные по 68 компаниям за 2016 год, соответствующие определенным критериям к объекту исследования.

Был проведен корреляционный и регрессионный анализы. С помощью первого анализа было показано что связь между переменными существует. В качестве зависимых переменных при построении линейных уравнений регрессии использовались показатели эффективности. Анализ показал, что не для всех зависимых переменных показатель интернационализации является значимым. В итоге, значимыми оказались показатели ROA, ROE, ROI, Коэффициент покрытия А, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент

финансового левеиджа, коэффициент финансовой автономии. Далее были сделаны соответствующие интерпретации полученных результатов и проверены гипотезы.

1-я гипотеза: Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели рентабельности российских логистических компаний.

Принимается

2-я гипотеза: Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели устойчивости российских логистических компаний.

Отвергается

3-я гипотеза: Чем выше показатель интернационализации, тем выше показатели ликвидности российских логистических компаний.

Отвергается

После проведенных расчетов, было проведен еще два регрессионный анализа. В первом вместо интегрального показателя индекса интернационализации использовались его отдельные составные части, а именно показатели FSTS, FATA и FETE. Данный анализ помог понять какие элементы индекса интернационализации в большей мере влияют на показатели эффективности компаний. Во втором компании были разбиты на 2 кластера: компании, занимающиеся мультимодальными перевозками, и компании, занимающиеся традиционными перевозками. В результате выяснилось, что для мультимодальных логистических компаний свойственно положительное влияние интернационализации и на группу показателей финансовой устойчивости, а также показатель FETE имеет самое маленькое влияние на показатели экономической эффективности компаний. Для компаний, занимающихся традиционной перевозкой свойственно большое влияние показателя FATA, а для мультимодальных перевозчиков FSTS.

Также были описаны практические рекомендации относительно результатов проведенного исследования. Анализ показал, что существует связь между уровнем интернационализации логистических ТНК и показателями экономической эффективности, для некоторых компаний эта связь проявляется в большей степени, нежели чем для других компаний, оперирующих на рынке логистических услуг. В качестве практических рекомендаций была предложена блок-схема программно-целевого планирования развития интернационализационной деятельности логистических ТНК. Согласно предложенной схеме, в первую очередь, необходимо определить интересующие показатели для проведения анализа, затем выбрать подходящие компании, выделив из которых однородные кластеры, после чего определить целевые показатели эффективности и

горизонт планирования. На заключительном этапе необходимо провести непосредственно анализ полученных данных, и в соответствии с полученными результатами спланировать мероприятия и стратегические инициативы, связанные с интернационализацией деятельности, которые приведут к желаемым показателям эффективности.

Таким образом, в ходе данной работы были выполнены все поставленные задачи и изучена модель влияния уровня интернационализации на показатели экономической эффективности российских логистических ТНК, что являлось целью работы.

Список использованной литературы

1. Аннушкина, О. Е. Стратегия интернационализации: выбор российских компаний / О. Е. Аннушкина // Вестник РГГУ. - 2009. – № 18. - С. 183-201.
2. Авдокушин, Б. Ф. Международные экономические отношения: Учеб. пособие / Б. Ф. Авдокушин. — М.: ИВЦ «Маркетинг», 1996. — 196 с.
3. Березинец И. В. Основы Эконометрики. Учеб. пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – Спб.: Издательство «Высшая Школа Менеджмента», 2011. – 192 с.
4. Владимирова, И. Г. Международный Менеджмент / И. Г. Владимирова. - М.: КНОРУ, 2011. – 423 с.
5. Григорьев М.Н. Логистика: учеб.пособие для студентов вузов / М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А. Уваров. – М.: Гардарики, 2006. – 463 с.
6. Голоскоков, В. Н. Интеграционные преобразования транспортного комплекса в условиях глобализации экономики / В. Н. Голоскоков // Экономические отношения. — 2011. —Т. 1, № 1. — С. 39-57.
7. Елин, В. А. Куда стремится логистический аутсорсинг в России? Проблемы современной логистики [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.samoupravlenie.ru/42-07.php> (дата обращения 24.03.2016).
8. Как это было: кризис не обошел логистику стороной [Электронный ресурс] // Ехесмба. – Режим доступа: <http://www.exesmba.ru/joebloggs/article?jbai=519> (дата обращения: 24.03.2016).
9. Канке, А. А. Логистика: учебник для сред. проф. образования / А. А. Канке, И. П. Кошева. - М. ФОРУМ: ИНФРА-М, 2005. - 350 с.
10. Катькало В. С. Интернационализация российских компаний и конфигурация их деловых операций / В. С. Катькало, А. Г. Медведев // Вестник С. Петербургского университета. Сер. Менеджмент. - 2011. – №. 2. – С. 7–38.
11. Климовец, О. В. Этапы интернационализации российских компаний / О.В. Климовец // Приоритеты России. – 2006. - № 6.
12. Контрактор Ф. Дж. Почему существуют многонациональные компании? Теоретические замечания о влиянии международной экспансии на эффективность фирмы и современной критике методологии подобных исследований / Ф. Контрактор // Российский журнал менеджмента. – 2013 – Т. 11, № 3 – С. 77–98.
13. Малышев, А. Комиссия США по международной торговле в 2005 году подготовила обзор мирового рынка логистических услуг [Электронный ресурс] / А. Малышев // Склад и Техника. – 2006. - № 3. – Режим доступа: http://www.sitmag.ru/article/rating/2006_03_A_2006_05_11-13_26_12/ (дата

- обращения 12.04.2016).
14. Медведев А. Г. Уровень интернационализации фирмы и эффективность ее деловых операций // Российский журнал менеджмента. – 2013. – Т. 11. – № 3. – С. 55.
 15. Миротина, Л. Б. Основы логистики. Учеб. пособие. / Под ред. Миротина Л. Б., Сергеева В.И. – Питер, 2000. – 199 с.
 16. Орешкин, В. Трансграничные перемещения прямых иностранных инвестиций – итоги первого десятилетия XXI века / В. А. Орешкин // Российский внешнеэкономический вестник. – 2012. – Т. 23, № 6.
 17. Прокофьева Т. А. Логистика транспортно-распределительных систем: региональный аспект./ Под общ. ред. Т.А. Прокофьевой. – М.: РКонсульт, 2003. – 350 с.
 18. Сверчков П.А. Влияние стратегии развития оптовой компании на ее логистическую инфраструктуру / П.А. Сверчков // Логистика сегодня. – 2013. – № 1. – С. 258-267.
 19. Толлман, С. Две точки зрения на зависимость эффективности фирмы от масштабов ее международных операций / С. Толлман, А. Педерсен // Российский журнал менеджмента. – 2012. - Т.11, № 3. – С. 71–76.
 20. Транснациональные корпорации в мировой экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/transnacionalnaya-korporaciya.html> (дата обращения 12.05.2016).
 21. Якунина, Ю. Логистические услуги: особенности и специфика в условиях российского рынка / Ю. Якунина // Вестник Удмуртского университета. – 2014. - Т. 24, №4. С. 107-112.
 22. Adapting to Foreign Markets: Explaining Internationalization / J.L. Calof, P.W. Beamish // International Business Review. – 1995. - Vol. 4, N. 2. – P. 115-131.
 23. Bell, J. The Internationalization of Small Computer Software Firms: A Further Challenge to ‘Stage’ Theories / J. Bell // European Journal of Marketing. – 1996 – N. 29. – P. 60-75.
 24. Bernstein, L. A. Analysis of Financial Statements / L. A. Bernstein. – McGraw Hill, 2000. – 83 p.
 25. Bhandari, L.C. Debt/equity ratio and expected common stock returns: empirical evidence / L. C. Bhandari // Journal of Finance. – 1988. - Vol. 43, N. 2., P. 507-528.
 26. Brösel, G. Die Akquisition von Unternehmen in Osteuropa und die Bedeutung der weichen Faktoren / G. Brösel, H. Buchert // Kooperation von kleinen und mittleren Unternehmen in Europa. – 2004. - Vol. 1, N. 4. – P. 21.
 27. Cardinal, L. B. Breaking the cycle of iteration: Forensic failures of international diversification and firm performance research / L. Cardinal, C. C. Miller, L. E. Palich //

- Global Strategy Journal. – 2011. Vol. 1, N. 1–2. – P. 175–186.
28. Christopher, M. Supply Chain Management: Creating Value-Adding Networks / M. Christopher. - Pearson Education Limited, 2000. – 305 p.
 29. Christopher, M. Logistics and Supply Chain Management / M. Christopher Martin. – Pearson Prentice-Hall, 2005. - 316 p.
 30. Dörrenbächer, C. Measuring corporate internationalisation / C. Dörrenbächer // Intereconomics. – 2000. - Vol. 35, N.3. – P. 119-126.
 31. Dunning, J. H. Multinational Enterprises and the Global Economy / J. H. Dunning // Wokingham: Addison-Wesley Publishing. - 1993. – P. 431.
 32. Fridson, M. S. Financial Statement Analysis: A Practitioner’s Guide / M. S. Fridson. - Wiley, 1991. – 400 p.
 33. Fonfara, K. Strategies of enterprises in international business / K. Fonfara, M. Gorynia , E. Najlepszy. - Wyd. 2, Wydawnictwo AE w Poznaniu, 2000. – 400 p.
 34. Ghemawat, P. Managing Differences: The Central Challenge of Global Strategy [Электронный ресурс] / P. Ghemawat // Harvard Business Review. – 2007. - Режим доступа: <https://hbr.org/2007/03/managing-differences-the-central-challenge-of-global-strategy> (дата обращения 13.05.2016).
 35. Gibson, C. Financial ratios in annual reports / C. Gibson // The CPA Journal. – 1982. - Vol. 52. – P. 18-29.
 36. Gibson, B. J. Shipper-carrier partnership issues, rankings and satisfaction / S. M. Rutner, S. B. Keller // International Journal of Physical Distribution and Logistics Management. – 2002. - Vol. 32, N. 8. - P. 669-681.
 37. Glaum, M. 40 years of research on internationalization and firm performance: More questions than answers? / M. Glaum, M. J. Oesterle // Management International Review. – 2007. – T. 47, N. 3. – С. 307-317.
 38. Granhof, M. H. Accounting for Managers and Investors / M. H. Granhof, P. W. Bell, B. R. Neumann. - Prentice Hall College Div., 1993. – 1024 p.
 39. Griffin, R. International Business: a managerial perspective / R. W. Griffin, Michael W. Pustay. - Addison-Wesley Publishing, 1996. – 280 p.
 40. Gunasekaran, A. Performance measures and metrics in a supply chain environment / A. Gunasekaran, C. Patel, E. Tirtiroglu // International Journal of Operations and Production Management. – 2001. - Vol. 21, N.1. – P. 71-87.
 41. Hellman, P. The Internationalization of Finnish Financial Service Companies / P. Hellman // International Business Review. – 1996. - N. 5. - P. 191-208.
 42. Hennart, J. A theoretical assessment of the empirical literature on the impact of

- multinationality on performance / J. Hennart // *Global Strate Journal Special Issue: Invited Papers and Commentaries*. – 2011. – Vol. 1, N. 2. - P. 135–151.
43. Horngren, C.T. *Financial & Managerial Accounting* / C. T Horngren, W. T. Harrison, M. S. Oliver // Pearson Prentice-Hall. – 2012. – P. 716-740.
44. Hofmann, E. Inventory financing in supply chains: a logistics service provider approach / E. Hofman // *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. – 2009. - Vol. 39, N. 9. - pp. 716-740.
45. How to be truly global [Электронный ресурс] / С. К. Prahalad, Н. Bhattacharyya // *Strategy + business*. – 2011. – Vol. 1, N. 64. – Режим доступа: <http://www.strategy-business.com/article/11308?gko=aaf83> (дата обращения: 12.05.2016).
46. Hult, G. A strategic focus on multinationality and firm performance / G. Hult // *Global Strategy Journal*. – 2011. - Vol. 1, N. 1. – P. 171–174.
47. Hunton, J. E. Enterprise resource planning systems: Comparing firm performance of adopters and nonadopters / J. E. Hunton, B. Lippincott, J. L. Reck // *International Journal of Accounting Information Systems*. - 2003. - Vol. 4, N. 3. – P. 165-184.
48. Ietto-Gillies, G. Different Conceptual Frameworks for the Assessment of the Degree of Internationalization: An Empirical Analysis of Various Indices for the Top 100 Transnational Corporations / G. Ietto-Gillies // *Transnational Corporations*. – 1998. – Vol. 7, N 1. – P. 17-39
49. Internationalization: evolution of a concept / Lawrence et. al.// *Journal of General Management*. – 1988. – Vol. 14, N 2. – P. 46-58.
50. World Trade Organisation (WTO) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm (дата обращения 21.03.2016).
51. Piercy, N. Company Internationalization: Active and Reactive Exporting / Piercy, N. // *European Journal of Marketing*. – 1981. – Vol. 15, N 3. – P. 48.
52. In good company: The role of personal and international networks for new venture internationalization in a transition economy / T.S. Manolova, I.M. Manev, B.S. Gyoshev // *Journal of World Business*. – 2010. – Vol. 2, N. 45. - P. 257-265.
53. Internationalization – a driver for business performance [Электронный ресурс] // DHL.
Р е ж и м д о с т у п а :
http://www.dhl.com/en/about_us/logistics_insights/studies_research/sme_internationalization_study.html#.Vz5GhWNFv1w (дата обращения: 25.04.2016)
54. Muller, E.J. The top guns of third-party logistics / E. J. Muller // *Distribution*. – 1993. - Vol. 92 N. 3. - P. 30-38.

55. Ownership, strategic orientation and internationalization in emerging markets / Y. Liu, Y. Li, J. Xue // *Journal of World Business*. – 2011. – Vol. 46, N. 3. – P. 381-393.
56. Perlitz, M. *Internationales Management* / M. Perlitz. - Lucius & Lucius Verlag, 2004. – 323 p.
57. Porter, M. *Competitive Advantage of Nations*. / M. Porter. — New York: Free Press, — 1998. - 896 p.
58. Social capital and its influence on changes in internationalization mode among small and medium-sized enterprises / S. Chetty, H. Agndal // *Journal of International Marketing*. – 2007. – Vol. 15 N. 1. – P. 1-29.
59. Speh, T.W. Management of financial resources in logistics / T. W. Speh, R. A. Novack // *Journal of Business Logistics*. – 1983. - Vol. 16, N. 2. – P. 23-42.
60. Sullivan D. Measuring the Degree of Internationalization of a Firm / D. Sullivan // *Journal of International Business Studies*. – 1994. – Vol. 25, N 2. – P. 325-342
61. The cost of capital, corporation finance and the theory of investment / F. Modigliani, M. H. Miller // *The American Economic Review*. - 1958. - Vol. 48, N. 3. - P. 261-297.
62. The internationalization process of the firm / J. Johanson, J. Vahlne // *Journal of International Business Studies*. – 1977. – Vol. 8, N. 1. – P. 23-32.
63. *Transport & Logistics 2030. Vol 3: Emerging Markets –New hubs, new spokes, new industry leaders?* [Электронный ресурс] // PricewaterhouseCoopers. – Режим доступа: http://www.pwc.com/gx/en/industries/transportation-logistics/tl2030/new-hubs_new-spokes_new-industry-leaders.html (дата обращения 01.02.2016).
64. Vernon, R. Storm over the Multinationals: The Real Issue / R. Vernon. // *Revue d'économie industrielle*. – 1980. - Vol. 14, N. 1. – P. 249-250.
65. Williamson, O. *Corporate Control and Business Behavior: An Inquiry into the Effects of Organization Form on Enterprise Behavior* / O. Williamson. - Prentice Hall Business & Economics, 1970. - 196 p.
66. *World Investment Report 1995* [Электронный ресурс] // UNCTAD. – Режим доступа: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1245> (дата обращения 09.03.2016)
67. *World Investment Report 2008* [Электронный ресурс] // UNCTAD. – Режим доступа: unctad.org/en/Docs/wir2008overview_en.pdf (дата обращения 15.03.2016)
68. *World Investment Report 2015* [Электронный ресурс] // UNCTAD. – Режим доступа: <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1245> (дата обращения 17.03.2016)
69. Youfang, H. The optimum route problem by genetic algorithm for loading/unloading of

yard crane / H. Youfang, L. Chengji, Y. Yang Yang // Computers and industrial engineering. – 2009. – Vol. 56, N. 3. – P. 16.

70. Zacharia, Z. G. The emerging role of the third-party logistics provider (3PL) as an orchestrator / Z. G. Zacharia, N. R. Sanders, N. W. Nix // Journal of Business Logistics. – 2011. - Vol. 21, N. 1. - P. 40-54.

Приложения

Приложение 1. Эмпирические модели зависимостей взаимосвязи показателей эффективности и составляющих индекса интернационализации мультимодальных перевозчиков

Зависимая переменная: показатель ROA		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,09	0,0215
FSTS	0,04	0,0223
FETE	-0,012	0,058
Зависимая переменная: показатель ROE		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,046	0,017
FSTS	0,094	0,023
FETE	0,019	0,302
Зависимая переменная: показатель ROI		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,102	0,012
FSTS	0,101	0,002
FETE	-0,002	0,052
Зависимая переменная: Коэффициент покрытия А		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,012	0,008
FSTS	0,051	0,0182
FETE	0,012	0,004
Зависимая переменная: Коэффициент текущей ликвидности		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,006	0,029
FSTS	0,072	0,013
FETE	0,024	0,022
Зависимая переменная: Коэффициент быстрой ликвидности		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,031	0,043
FSTS	0,032	0,015
FETE	-0,021	0,031
Зависимая переменная: Коэффициент финансового левериджа		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	-0,031	0,012
FSTS	0,062	0,071
FETE	0,002	0,032

Зависимая переменная: Коэффициент финансовой автономии		
Независимые переменные	Независимые переменные	Независимые переменные
FATA	-0,012	0,013
FSTS	-0,023	0,023
FETE	-0,002	0,019

Приложение 2. Эмпирические модели зависимостей взаимосвязи показателей эффективности и составляющих индекса интернационализации традиционных перевозчиков

Зависимая переменная: показатель ROA		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,091	0,045
FSTS	0,057	0,031
FETE	0,032	0,024
Зависимая переменная: показатель ROE		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,124	0,022
FSTS	0,025	0,017
FETE	0,011	0,031
Зависимая переменная: показатель ROI		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,010	0,013
FSTS	0,086	0,041
FETE	0,004	0,014
Зависимая переменная: Коэффициент покрытия А		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,036	0,043
FSTS	0,034	0,024
FETE	-0,002	0,130
Зависимая переменная: Коэффициент текущей ликвидности		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	-0,031	0,02
FSTS	-0,053	0,043
FETE	0,004	0,021
Зависимая переменная: Коэффициент быстрой ликвидности		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,012	0,008
FSTS	-0,003	0,012
FETE	-0,024	0,055
Зависимая переменная: Коэффициент финансового левериджа		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	-0,017	0,021
FSTS	0,003	0,024
FETE	-0,032	0,015

Зависимая переменная: Коэффициент финансовой автономии		
Независимые переменные	Коэффициент	Статистическая значимость
FATA	0,014	0,012
FSTS	0,023	0,041
FETE	0,021	0,033