

Как уходят иностранные компании из России?

Срез рынка

Июль 2022

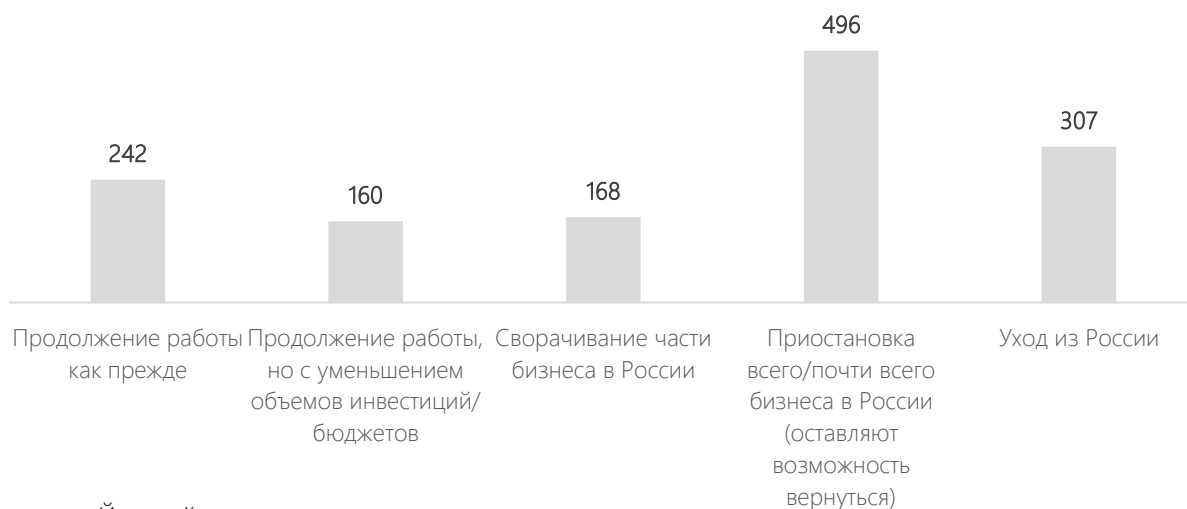
Содержание

Количество и примеры компаний, покидающих российский рынок	3
Стратегии выхода	5
Покупатели освобождающихся активов	6
Новые возможности рынка	7

Количество и примеры компаний, покидающих российский рынок (1/2)

Как отмечает профессор Йельской школы бизнеса Джеффри Соненфилд с конца февраля 2022 г. с российского рынка ушло рекордное количество иностранных компаний. Под его руководством группа ученых каждый день (отслеживать изменения можно [здесь](#)) обновляет список компаний, сокративших операции в России. По состоянию на 20 июля 2022 г., 307 иностранных компаний объявили о своем полном уходе из России, 496 компаний приостановили почти весь свой бизнес, а 168 объявили о сворачивании части своего бизнеса. При этом на российском рынке остается свыше 400 иностранных компаний, которые продолжают свою работу либо как прежде, либо с уменьшением объемов инвестиций или бюджетов.

Рис 1. Стратегия иностранных компаний по отношению к их бизнесу в России



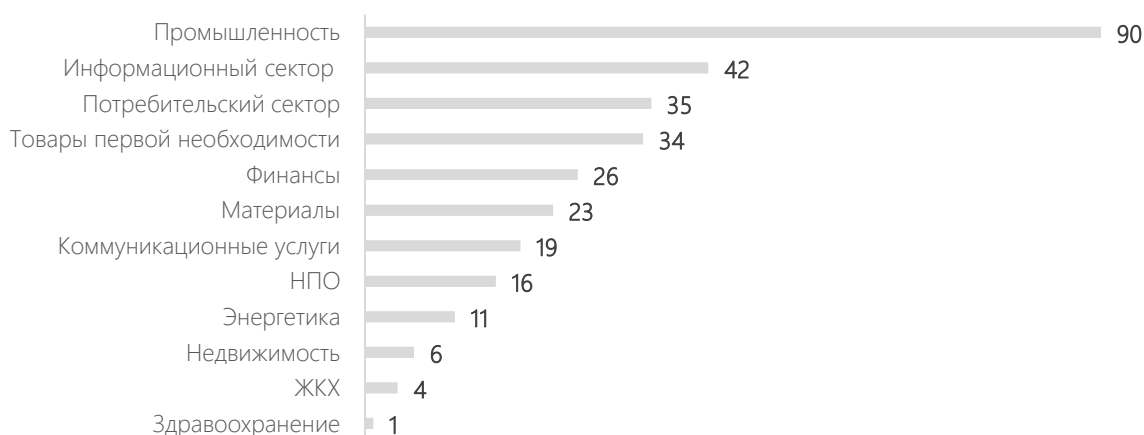
Источник: Йельский университет



Количество и примеры компаний, покидающих российский рынок (2/2)

О своем полном уходе из России объявили компании из самых разных индустрий, наибольшее количество насчитывают промышленные компании (90), IT-компании (42), компании потребительского сектора (35) и товаров первой необходимости (34). Наименьшее число «выходов» в секторах здравоохранения (1), ЖКХ (4), недвижимости (6) и энергетики (11).

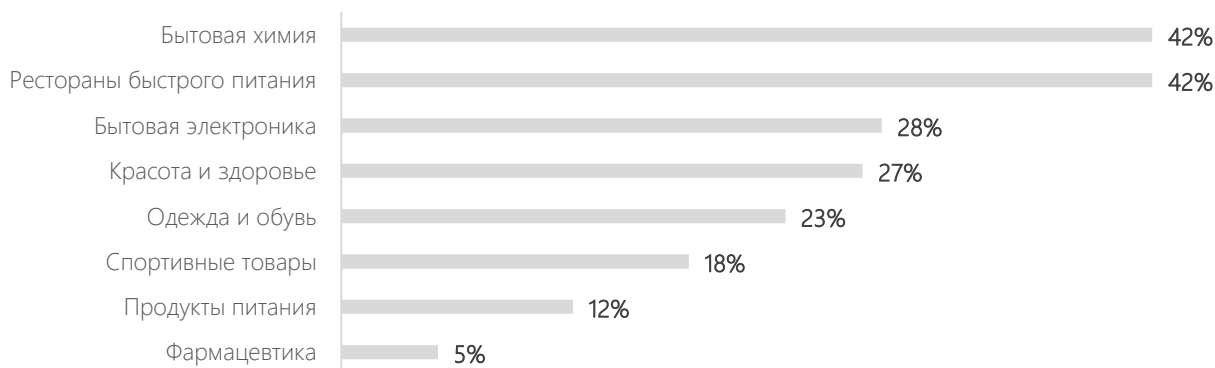
Рис 2. Количество иностранных компаний, объявивших об уходе из России по индустриям



Источник: Йельский университет

Учитывая, что в отдельных индустриях некоторые иностранные компании занимали существенную долю по сравнению с российскими, процент освободившейся доли рынка может быть существенным. Как пример, на рис. 3 показана освободившаяся доля рынка для разных категорий товаров из потребительского сектора и товаров первой необходимости. Крупнейшими освободившимися категориями являются продукты питания, одежда, электроника, ресторанный бизнес, красота и здоровье. Суммарная выручка по компаниям, ушедшим с российского рынка для этого сектора, составила 24,5 млрд руб.

Рис 3. Примеры освободившейся доли рынка категорий товаров из потребительского сектора и товаров первой необходимости



Источник: список ушедших компаний (учитывалось только полное прекращение бизнеса в России) и индустриальные отчёты по сегментам; актуально на 14 марта 2022 г.

Стратегии выхода

Компании демонстрируют довольно высокую степень влияния бизнес-модели на выбор стратегии поведения в турбулентных условиях

Все компании принявший решение покинуть Российский рынок условно можно разделить на несколько категорий: (1) компании, которые занимаются розничной торговлей на территории России, (2) компании-поставщики продукции производимой за рубежом, (3) компании имеющие собственные производственные мощности на территории РФ или долю в российских производственных компаниях. Соответственно и стратегия отказа от сотрудничества с российским рынком у них различна.

Компаниям из первых двух категорий достаточно было закрыть свои торговые точки, отказавшись от сбыта на российском рынке, а их демонстративный уход с громкими заявлениями в различных СМИ был анонсирован практически в первые дни начала специальной военной операции (например, IKEA, Adidas, H&M).

Совсем другой подход демонстрируют достаточно крупные компании-производители. Эти компании располагают на территории РФ не просто магазинами, находящимися в аренде, а целыми комплексами производств, причем не столько в крупных городах-миллионниках, сколько в российских регионах, где они являются ключевыми работодателями для целых городов. Для них стал актуальным вариант затаиться и ждать. Для начала, ряд таких компаний приостановил производство на своих предприятиях с сохранением заработной платы своим сотрудникам. Вопрос об окончательном уходе с российского рынка или судьбе предприятия остался временно открытым для решения в рамках меняющейся геополитической ситуации. Так поступили крупнейшие немецкие автогиганты Volkswagen, BMW, Mercedes-Benz, приостановившие выпуск автомобилей на заводах в Калуге, Нижнем Новгороде, Калининграде, Набережных Челнах. Но рано или поздно им придется решать, как долго эти компании еще намерены платить за вынужденный простой своего производства в российских регионах.

Намечается новая тенденция окончательного избавления от производственной базы иностранных компаний в России. Стоит отметить, что сама форма ухода с российского рынка различна:

Вариант «Бросить всё и уходить»

Так, например, компания Daimler Truck, один из крупнейших в мире производителей коммерческих автомобилей, фактически списала свои активы в автоконцерне Камаз в размере 220 млн евро (планируется списать до конца года с баланса компании). Данная сумма не является критичной для компании, глобальная выручка которой за 2021 год составила порядка 40 млрд евро.

Вариант «С паршивой овцы хоть шерсти клок»

Однако, большинство западных инвесторов, вынужденных покинуть российский рынок, рассчитывают получить за свои российские активы хотя бы что-то. Например, Renault закрыла «делку за рубль» с опционом обратного выкупа. Также компания Shell продала свои активы в России Лукойлу с дисконтом и без права обратного выкупа.

Покупатели освобождающихся активов

Кто основные покупатели активов иностранных компаний, уходящий с российского рынка?

Уход крупных иностранных брендов с российского рынка во многих случаях сопровождался сделками M&A, если у этих компаний присутствовали существенные материальные активы в стране. Из 53 таких сделок (наиболее крупные по состоянию на 20 июля по данным S&P Capital IQ) около половины (26) уже закрыты, а 27 сделок анонсированы. Общая стоимость сделок из данного списка (где раскрывалась сумма) на сегодняшний день превысила 2 млрд долл. США. Среди основных покупателей активов крупных иностранных брендов можно выделить несколько групп, приведенных на диаграмме ниже.

Рис 4. Основные покупатели иностранных активов в России



Источник: S&P Capital IQ

Среди наиболее популярных покупателей активов уходящих компаний – российские негосударственные компании, работающие в той же индустрии, что и иностранные компании, продающие свои активы. Например, мясопромышленная компания «Велком» приобрела бизнес финской компании Valio в России; компания Ventra, специализирующаяся на аутсорсинге бизнес-процессов в России, договорилась о покупке российского бизнеса международного кадрового агентства Kelly Services.

Второй по популярности тип транзакций – продажа / передача активов иностранных компаний российскому менеджменту. Такую стратегию по выходу выбрали Schneider Electric, Sephora, McKinsey & Company, L'Occitane и др.

Освободившуюся долю рынка также уже начали занимать компании из других стран. Как видно из ранее представленной диаграммы, несколько сделок по продаже активов иностранным компаниям и предпринимателям уже были анонсированы. Например, турецкая пивоваренная компания Anadolu Efes планирует выкупить у своего партнера по СП бельгийского пивоваренного концерна Anheuser-Busch InBev долю в AB InBev Efes, который объединяет активы этих компаний в России и на Украине. Пример еще одной сделки – продажа российского бизнеса финской компании по производству и обжарке кофе Paulig Group гражданину Индии Викасу Сои.

Новые возможности рынка

Освобождающийся рынок формирует возможности для тех, кто остается, а также тех, кто готов диверсифицировать свой бизнес

Уход из России части компаний в целом упрощает конкуренцию в больших секторах рынка. Спрос на ушедшие бренды будет распределен внутри рынка, а значит, возникшие ниши можно занять, что представляет окно возможностей для локальных игроков, причем как стратегов, так и тех, кто готов диверсифицировать свой бизнес.

Для успешного вывода российских компаний на освободившийся рынок потребуется разработать концепцию продукта / бренда, определить аудиторию бренда, оценить рынок и его потенциал, подготовить стратегию продвижения, рассчитать экономику проекта, разработать план выхода и осуществить запуск и последующий маркетинг. С реализацией каждого из этих этапов может помочь внешний консультант.

Однако, имеются отрасли, в которых импортозамещение довольно затруднительно и занять данную нишу будет непросто. Абсолютно точно сюда можно отнести отрасль IT. Введенные санкции существенно ограничили доступ России к целому ряду технологий, оборудованию и комплектующим. Мировые IT гиганты, такие как Oracle, Adobe, Cisco, приостановили обслуживание клиентов из России. У российских госструктур и бизнеса возникает острая необходимость по замене западного программного обеспечения отечественными аналогами. Однако, российский рынок в текущей ситуации пока не готов удовлетворить внутренний спрос.

OKS LABS



+7 903 363 53 79



Tatiana.zakharina@okslabs.com

www.okslabs.com