

УДК 339.92

JEL F23

<https://doi.org/10.21122/2309-6667-2023-17-178-185>**ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОРПОРАЦИИ:
ПОНЯТИЕ И ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ
ТЕОРИИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ****Сюй Цзинь**

houyabo@gmail.com

аспирант кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

Статья посвящена проблеме теоретического осмысления развития современного международного бизнеса. В статье рассматриваются терминологические особенности описания процесса транснационализации, в частности сравниваются содержание понятий «транснациональная корпорация», «многонациональная корпорация» и «многонациональное предприятие». Выделены отличительные признаки транснациональных корпораций и предложено авторское определение данного термина. Проанализированы основные теории транснационализации бизнеса, сложившиеся в западной экономической мысли (теория интернализации, теория интернационализации, теория конкурентных преимуществ М. Портера, теория жизненного цикла Р. Вернона и др.) и выявлены ограничения их применения.

Ключевые слова: транснациональная корпорация, многонациональное предприятие, транснационализация, интернационализация, мировая экономика, международные экономические отношения.

Цитирование: Сюй, Цзинь. Транснациональные корпорации: понятие и предпосылки развития теории корпоративного управления / Сюй Сянь // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2023. – Вып. 17. – С. 178–185. <https://doi.org/10.21122/2309-6667-2023-17-178-185>

Введение. В современном мире все реже национальные границы государств соответствуют экономическим регионам. Процесс транснационализации экономики проявляется в том числе через усиление роли корпоративных образований как важных социально-политических и организационно-экономических факторов, влияющих на условия общественного и экономического развития. По своим масштабам (размеру, географическому охвату, многообразию видов деятельности) и последствиям (способности аккумулировать и контролировать ресурсы, находящиеся в различных странах, использовать их для достижения собственных целей) транснациональные корпорации (далее – ТНК) конкурируют с традиционным экономическим обменом между странами.

В научной литературе, средствах массовой информации и общественности ТНК оцениваются зачастую с прямо противоположных точек зрения: как средство повышения благосостояния во всем мире или как средство перераспределения ограниченных ресурсов в пользу отдельных групп субъектов. С. Ю. Солодовников на примере горнодобывающей промышленности так характеризуют специфику деятельности ТНК: «В то время как национальные горнодобывающие предприятия, выступающие в силу своих масштабов зачастую экономикообразующими предприятиями города, района или даже страны, берут на себя обязанности по поддержанию местного сообщества, минимизации экологического ущерба от разработки полезных ископаемых и рекуль-

тивации территории, прямо (путем выстраивания производственных связей) или косвенно (через перераспределение налоговых поступлений) способствуют диверсификации производственной структуры страны, транснациональные корпорации стремятся максимизировать свою прибыль и капитализацию активов» [1, с. 22]. Транснациональные корпорации как субъекты мировых экономических отношений выделяются не только своими целями, но и широким разнообразием применяемых инструментов, например, формированием интеллектуальных центров. Как отмечает уже упомянутый С. Ю. Солодовников, «интеллектуальная транснационализация в XX в. развивалась посредством создания исходно многонациональных мозговых центров. Процесс интеллектуальной транснационализации в настоящее время идет по линии развития многонациональности тех центров, которые прежде были сугубо национальными. Их финансирование осуществляется непосредственно транснациональными компаниями и иностранными фондами» [2, с. 155].

Несмотря на большое количество исследований процесса транснационализации западными учеными, среди которых следует выделить работы А. М. Айзенберга, У. Дж. Брэттона, Л. Вахтера, Э. М. Додда, М. Дженсена, У. Меклинга, Ф. Тейлора, А. Чандлера, О. Харта, Дж. Мура и др., сегодня возникла необходимость переосмысления общепринятых теорий. Причинами тому выступают как динамичность развития механизмов хозяйствования самих транснациональных корпораций, так и быстрый рост транснациональных корпораций в странах Азии (Китае, Индии, Южной Корее, Японии), имеющих свою страновую и культурную специфику.

Результаты и их обсуждение. В научной литературе существует большое количество терминов, описывающих развитие международного бизнеса: транснационализация, интернационализация, интернализация и т. д. Для обозначения компаний, действующих на мировом рынке, наиболее широкое распространение в русскоязычной литературе получил термин «транснациональная корпорация», в то время как в современной англоязычной литературе – термин «многонациональное предприятие» (Multinational enterprises, MNEs). При использовании этих понятий в экономических научных работах зачастую вкладываются различные значения. В одних случаях, термин «многонациональное предприятие» подчеркивает географическую широту хозяйственной деятельности, в других – многонациональную структуру собственности компании. Понятие «транснациональная» некоторыми авторами используется для обозначения множества территорий, на которых действует корпорация. Зачастую при помощи термина «транснациональная корпорация» подчеркивается отсутствие национальной принадлежности (а следовательно, и подконтрольности) фирмы какому-либо одному государству. Различие в значениях данных терминов отчасти может быть объяснено авторским подходом, вырабатываемым исходя из конкурентных исследовательских задач. В то же время в аналитических материалах Конференции ООН по торговле и развитию содержание терминов «транснациональная корпорация» и «многонациональное предприятие» полностью совпадает. Имеет место лишь обновление используемой терминологии: в отчетах до 2009 г. использовался термин «транснациональная корпорация», в более поздних отчетах и до настоящего времени – «многонациональное предприятие»¹.

Термин корпорация возникает для обозначения специфической формы организации бизнеса в капиталистической экономике. Как правило, под корпорацией понимается сеть предприятий в разных странах, связанных между собой отношениями собственности, а термины «многонациональный» и «транснациональный» означают, что

¹ World Investment Report. 2022 (Overview) [Electronic resource]. – P. 35 // UNCTAD. – Mode of access: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2022_overview_en.pdf. – Date of access: 16.11.2022.

деятельность корпорации ведется более чем в одной стране. ООН еще в 70-х гг. прошлого века предложил следующее определение: многонациональная корпорация в широком смысле «охватывает все предприятия, которые контролируют активы (заводы, шахты, торговые учреждения и другие подобные предприятия) в двух странах и более»¹. Г. Хамель и К. Прахалад определили глобальную компанию как фирму с системами распределения на ключевых зарубежных рынках, которые допускают перекрестное субсидирование, международные репрессалии и объемы мирового масштаба [3]. М. К. Старовойтов предложил следующее определение, которое отражает сущность корпорации как экономического феномена: «В общем виде корпорация – это форма финансово-экономической деятельности, предполагающая долевую ответственность участников и реализацию функций управления профессиональными менеджерами»². В качестве отличительных характеристик ТНК Сюй Юин выделяет транснациональность факторов производства, концентрацию моделей управления и глобализацию стратегического развития [4].

Что касается количественных показателей, позволяющих отнести определенное предприятие к категории транснациональных (многонациональных) корпораций, то существует большое различие в методах оценок, порожденное национальными, секторальными и историческими особенностями. Международные организации, такие как ЮНКТАД, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Международный валютный фонд (МВФ), Всемирная торговая организация (ВТО), Статистический отдел Организации Объединенных Наций и Статистическое бюро Европейского сообщества (Евростат) сыграли ключевую роль в разработке концепции и методологии, необходимых для цели статистического учета транснациональных корпораций. В 1973 г. ООН предлагала следующие критерии: «Для практических целей в большинстве случаев можно без ущерба не принимать в расчет корпорации, объемом торговли которых составляет менее 100 миллионов долларов»³. Однако масштабы деятельности ТНК нельзя в полной мере оценить ни по числу филиалов, ни по объему продаж или поступлений, ни по потоку капитала или объему инвестиций, ни по количеству занятых, ни в совокупности этих показателей. В каждом конкретном случае возможны вариации форм, масштабов, отношений собственников и т. д. Реальную экономическую картину неизбежно искажает огромный объем операций между филиалами с «нерыночными» методами ценообразования.

В связи с этим Конференция ООН по торговле и развитию предлагает следующее определение: «Зарегистрированные или не зарегистрированные предприятия, в состав которых входят материнские предприятия и их зарубежные филиалы. Материнское предприятие определяется как предприятие, которое контролирует активы других организаций в странах, отличных от страны его происхождения, обычно путем владения определенной долей в уставном капитале. Доля в уставном капитале в размере 10 или более процентов обыкновенных акций или прав голоса для зарегистрированного предприятия или его эквивалент для некорпоративного предприятия обычно считается порогом для контроля над активами. Иностранное филиалом является зарегистрированное или не зарегистрированное предприятие, в котором инвестор, являющийся резидентом другой страны, владеет долей, позволяющей ему иметь долгосрочный интерес в управлении этим предприятием (доля участия в размере 10 процентов для объединенного предприятия, или его эквивалент для некорпоративного

¹ Многонациональные корпорации и мировое развитие / ООН. Департамент по экон. и социальным вопросам. – Нью-Йорк, 1973. – 235 с. – С. 6.

² Старовойтов, М. К. Эффективность и конкурентоспособность современной российской корпорации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / М. К. Старовойтов. – Москва, 2001. – 43 с. – С. 14.

³ Там же. – С. 8.

предприятия)»¹; ². Исходя из этого определения, для идентификации транснациональной корпорации (многонационального предприятия) используются лишь два критерия: наличие зарубежных филиалов и возможность ими управлять.

Учитывая вышеизложенное, под транснациональной корпорацией предлагается понимать сеть компаний, связанных отношениями собственности и единой системой управления, хозяйственная деятельность которых осуществляется на территории двух и более стран и оказывающих значительное влияние на глобальные рынки.

Теория управления ТНК менялась вместе с развитием теории международного бизнеса по мере трансформации экономического содержания самого феномена транснационального бизнеса. Зарождение корпоративного управления связывают с развитием индустриального производства в рамках капиталистических отношений. По мере роста масштабов производства происходит трансформация его организационной формы и системы управления. Наиболее распространенными теориями международного бизнеса являются модель интернализации и модель интернационализации. Представители школы интернализации зарубежной экспансии [5; 6] исходят из того, что основанием для выхода на внешние рынки для фирмы выступает наличие сильных преимуществ собственности, преимуществ местоположения и (или) преимуществ интернализации (эклектическая модель Дж. Даннинга [7]). В качестве инструментов транснационализации фирмы используют, как правило, экспорт, лицензирование и прямые иностранные инвестиции, а также их смешанные формы.

Модель интернализации зарубежной экспансии является доминирующей концептуальной моделью в исследованиях транснационализации бизнеса начиная с 80-х гг. XX в. По мнению отдельных ученых, «только там, где преимущества ТНК ценятся клиентами в домашнем регионе по сравнению с соответствующими конкурентами и для которых можно ожидать минимальные объемы продаж <...>, традиционная теория интернализации полностью актуальна» [8, p. 12]. Иными словами, модель интернализации зарубежной экспансии справедлива только для фирм, имеющих сильные позиции на собственных домашних рынках (рынках региона). Вместе с тем в основе данной модели лежат принципы саморегулирующегося рынка; рынок рассматривается как единый универсальный путь развития, что не позволяет этой модели учитывать национальные особенности международного бизнеса.

Модель интернационализации была предложена представителями скандинавской экономической школы в качестве альтернативы модели интернализации зарубежной экспансии. В отличие от последней, модель интернационализации исходит из того, что фирмы постепенно наращивают зарубежные операции, начиная приобретать ресурсы у культурно близких стран, а затем расширяя области сотрудничества и географический охват [9; 10]. Ключевым фактором конкурентоспособности выступают при этом знания местных рынков.

В 90-х гг. XX в. широкое распространение получила теория конкурентных преимуществ М. Портера, в соответствии с которой успех фирмы на международном рынке зависит от четырех «сил»: факторные условия, условия спроса, родственные и поддерживающие отрасли, стратегия, структура и соперничество [11]. В последующем точка зрения М. Портера привела к ряду новых исследований, дополняющих и совершенствующих описанную модель [12; 13]. Заслугой представителей данного

¹ Methodological Note. World Investment Report 2022 [Electronic resource] – P. 3 // UNCTAD. – Mode of access: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2022_chMethodNote_en.pdf. – Date of access: 16.11.2022.

² Training Manual on Statistics for FDI and the Operations of TNCs 2009. Volume II. Statistics on the Operations of Transnational Corporations [Electronic resource] – P. 15–16 // UNCTAD. – Mode of access: https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia20092_en.pdf. – Date of access: 16.11.2022.

подхода является выявление и подробное описание роли домашних рынков в становлении и развитии международного бизнеса. Вместе с тем данная теория не объясняет случаи, когда «домашние преимущества» не обеспечили фирме должного успеха в экспансии на внешние рынки. Кроме того, в рамках данного подхода не нашли отражение различия стратегий интернационализации бизнеса для фирм крупных экономик мира (с емким внутренним рынком) и малых открытых экономик. В то же время, как показывает практика, для фирм малой открытой экономики приоритетным при выходе на международные рынки является ориентация на соседние крупные экономики, являющиеся частью домашнего региона [14].

Отдельного внимания заслуживает модель жизненного цикла Р. Вернона, описывающая особенности международной торговли в зависимости от жизненного цикла товара. Основываясь на эмпирическом материале о зарубежной деятельности американских фирм в послевоенный период, Р. Вернон выделил три фазы жизненного цикла товара (стадия нового товара, стадия зрелости и стадия стандартизации), определяющие изменение географической структуры производства и потребления рассматриваемого товара. Популярность данной теории международной торговли обуславливается тем, что в ней упор сделан на фактор технологического прогресса. Вместе с тем Р. Вернон отводит роль страны-инноватора лишь высокоразвитым индустриальным странам, обладающим мощным производственным, финансовым и квалификационным потенциалом, формирующим благоприятную среду для инноваций, фиксируя тем самым «статус-кво» и не предусматривая возможности смены технологических лидеров.

Обобщая достижения современной экономической науки, М. К. Старовойтов перечисляет следующие источники конкурентных преимуществ транснациональных корпораций: «экономия на “масштабе”, которая достигается благодаря расширению объемов производства товаров и услуг на одних и тех же производственных мощностях; экономия на “разнообразии”, получаемая в результате изготовления широкого ассортимента товаров из одного сырья, диверсификации производства; экономия на “транзакционных” издержках, связанных с передачей товаров и услуг из одной производственной единицы к другой без передачи прав собственности; это отличает ее от транзакций, осуществляемых между самостоятельными фирмами индивидуумами; экономия на “маневренности” капитала и возможности его оперативного перелива как в рамках национальной экономики, так и интернациональном масштабе и т. д.» [15, с. 13]. При этом названный автор дополняет основной перечень: «Особенностью функционирования современных компаний, как известно, является то, что они все большие объемы инвестиций вкладывают в НИОКР, рекламу и маркетинг своей продукции. Ведущие корпорации проводят активную инновационно-сбытовую политику, добиваясь наибольшей степени реализации своего корпоративного интереса»¹.

«Вступив в XXI век, Китай, Россия, Индия, Бразилия, Южная Африка и другие страны БРИКС с развивающейся экономикой поднимались одна за другой, соответственно, в странах с развивающейся экономикой появилось много новых транснациональных корпораций <...>. Опоздавшие из этих транснациональных корпораций продолжают осваивать зарубежные рынки, привнося характеристики развития, отличные от характеристик предыдущих транснациональных корпораций. Очевидно, что трудно обобщить модель развития этих опоздавших транснациональных корпораций, используя исходную теоретическую модель, и большинство теорий транснациональных корпораций, которые основаны на практике транснациональных корпораций в развитых странах, не имеет большого значения для опоздавших транснациональных корпора-

¹ Старовойтов, М. К. Эффективность и конкурентоспособность современной российской корпорации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / М. К. Старовойтов. – Москва, 2001. – 43 с. – С. 13.

ций» [15], – справедливо указывает Лу Дуншэн на проблему использования традиционных теорий международной торговли для анализа ТНК из развивающихся экономик.

Выводы. В современной научной литературе можно встретить разнообразные термины и концепции, призванные охарактеризовать процессы географической диверсификации деятельности крупных предприятий и усиления их экономического, социального и политического влияния на страны и регионы. Терминологический плюрализм объясняется как авторскими подходами и различными исследовательскими задачами, так и методологическими различиями научных школ. Для обозначения субъекта хозяйствования, действующего на глобальном рынке, наибольшее распространение получил термин «транснациональная корпорация», под которой предлагается понимать сеть компаний, связанных отношениями собственности и единой системой управления, хозяйственная деятельность которых осуществляется на территории двух и более стран и оказывающих значительное влияние на глобальные рынки.

Трансформация теории корпоративного управления происходила под воздействием развития теории и практики международных экономических отношений. Зарождение корпоративного управления связывают с развитием крупного индустриального производства в рамках капиталистических отношений, требующего аккумуляции производственных и финансовых ресурсов и соответствующей организационно-правовой формы предприятия, которой стало акционерное общество. Современные общепризнанные теории транснационализации бизнеса (теория интернализации, теория интернационализации, теория конкурентных преимуществ М. Портера, теория жизненного цикла Вернона и др.) не способны в полной мере объяснить феномен быстро растущих транснациональных корпораций стран Азии и иных развивающихся стран, поскольку не учитывают культурные, цивилизационные и политические особенности.

Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Теоретические и методические аспекты подготовки инженеров-экономистов в сфере обеспечения экономической безопасности предприятий минерально-сырьевого комплекса / С. Ю. Солодовников // Горный журнал. – 2020. – № 11 (2280). – С. 20–25. <https://doi.org/10.17580/gzh.2020.11.01>
2. Солодовников, С. Мозговые центры Запада / С. Солодовников, С. Черныш // Россия и мусульманский мир. – 2009. – № 4. – С. 151–157.
3. Hamel, G. Do you really have a global strategy? / G. Hamel, C. K. Prahalad // Harvard Business Review. – 1985. – Vol. 63(4). – P. 139–148.
4. Юин, Сюй. SWOT-анализ и исследование контрмер китайских транснациональных корпораций / Сюй Юин // Стратегия предприятия. – 2016. – № 8 – С. 18–20.
5. Buckley, P. J. The Future of the Multinational Enterprise / P. J. Buckley, M. C. Casson. – London : Macmillan, 1976. – 116 p. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-02899-3>
6. Rugman, A. M. Inside the Multinationals: the Economics of Internal Markets / A. M. Rugman. – New York : Columbia University Press, 1981. – 179 p. <https://doi.org/10.2307/3549427>
7. Dunning, J. H. International Production and the Multinational Enterprise / J. H. Dunning. – London: George Allen & Unwin, 1981. – 440 p.
8. Rugman, A. M. A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises / A. M. Rugman, A. Verbeke // Journal of International Business Studies. – 2004. – Vol. 35. – P. 3–18. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400073>
9. Barkema, H. Foreign entry, cultural barriers and learning / H. Barkema, J. Bell, J. Pennings // Strategic Management Journal. – 1996. – Vol. 17(2). – P. 151–166.

10. Johansson, J. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments / J. Johansson, J. E. Vahlne // *Journal of International Business Studies*. – 1977. – Vol. 8 (1). – P. 23–32.
11. Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations / M. E. Porter. – New York : The Free Press, 1990. – 855 p.
12. Cartwright, W. R. Multiple linked diamonds and the international competitiveness of export-dependent industries: the New Zealand experience / W. R. Cartwright // *Management International Review*. – 1993. – Vol. 33(2). – P. 55–70.
13. Moon, C. A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Ko-rea and Singapore / C. Moon, A. M. Rugman, A. Verbeke // *International Business Review*. – 1998. – Vol. 7(2). – P. 135–150.
14. Ghemawat, P. Distance still matters: the hard reality of global expansion / P. Ghemawat // *Harvard Business Review*. – 2001. – Vol. 79 (8). – P. 137–147.
15. Дун-шэн, Лу Теория развития и расширение пути китайских многонациональных корпораций / Лу Дун-шэн // *Шанхайское экономическое исследование*. – 2017. – № 4. – С. 67–72.

Статья поступила в редакцию 28 ноября 2022 года

TRANSNATIONAL CORPORATIONS: THE CONCEPT AND BACKGROUND OF THE DEVELOPMENT OF THE THEORY OF CORPORATE GOVERNANCE

Xu Jing

Postgraduate student of the Department «Economics and Law»
Belarusian National Technical University
Minsk, Republic of Belarus

The article is devoted to the problem of theoretical understanding of the development of modern international business. The article discusses the terminological features of the description of the process of transnationalization, in particular, compares the content of the concepts of "transnational corporation", "multinational corporation" and "multinational enterprise". The distinctive features of transnational corporations are highlighted and the author's definition of this term is proposed. The main theories of business transnationalization that have developed in Western economic thought (the theory of internalization, the theory of internationalization, the theory of competitive advantages of M. Porter, the theory of the life cycle of R. Vernon, etc.) are analyzed and the limitations of their application are identified.

Keywords: *transnational corporation, multinational enterprise, transnationalization, internationalization, world economy, international economic relations.*

References

1. Solodovnikov, S. Yu. (2020) Theoretical and methodological aspects of training engineers-economists in the field of ensuring the economic security of enterprises of the mineral resource complex. *Gornyi Zhurnal*. 11 (2280), 20-25. Available from: <https://doi.org/10.17580/gzh.2020.11.01> (In Russian).
2. Solodovnikov, S., Chernysh S. (2009) Think centers of the West. Russia and the Moslem World. (4), 151-157. (In Russian).
3. Hamel, G. and Prahalad, C. K. (1985) Do you really have a global strategy. *Harvard Business Review*. 63(4), 139-148.

5. Xu, Ying (2016) SWOT analysis and study of countermeasures of Chinese multinational corporations. *Strategiya predpriyatiya*. (08), 18-20. (In China).
6. Buckley, P. J., Casson, M. C. (1976) *The Future of the Multinational Enterprise*. London, Macmillan.
7. Rugman, A. M. (1981) *Inside the Multinationals: the Economics of Internal Markets*. New York, Columbia University Press.
8. Dunning, J. H. (1981) *International Production and the Multinational Enterprise*. London, George Allen & Unwin.
9. Rugman, A. M., Verbeke, A. (2004) A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises. *Journal of International Business Studies*. (35), 3-18. Available from: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400073>
10. Barkema, H., Bell, J. and Pennings, J. (1996) Foreign entry, cultural barriers and learning. *Strategic Management Journal*. 17 (2), 151-166.
11. Johansson, J. and Vahlne, J. E. (1977) The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*. 8(1), 23-32.
12. Porter, M. E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. New York, The Free Press.
13. Cartwright, W. R. (1993) Multiple linked diamonds and the international competitiveness of export-dependent industries: the New Zealand experience. *Management International Review*. 33(2), 55-70.
14. Moon, C., Rugman, A. M., Verbeke, A. (1998) A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Korea and Singapore. *International Business Review*. 7(2), 135-150.
15. Ghemawat, P. (2001) Distance still matters: the hard reality of global expansion. *Harvard Business Review*. 79(8), 137-147.
16. Dongsheng, Lu (2017) Development Theory and Path Expansion of Chinese Multinational Corporations. *Shanghai Economic Research*. (04), 67-72 (In China).