

Чжо Ицзы

магистрант

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

г.Москва, Россия

ЦИФРОВЫЕ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОРПОРАЦИИ И ТRENДЫ ИХ РАЗВИТИЯ

Аннотация: В данной статье проводится комплексный анализ тенденций развития цифровых транснациональных корпораций. В нем подчеркивается возрастающая роль технологий в мировой экономике и их влияние на рост и расширение цифровых транснациональных корпораций. В статье рассматриваются различные факторы, которые способствовали успеху этих корпораций, и проблемы, с которыми они сталкиваются в быстро меняющихся условиях. Кроме того, в статье обсуждается нормативно-правовая база, регулирующая деятельность этих корпораций, и необходимость более скоординированного подхода к решению таких вопросов, как конфиденциальность и безопасность данных. В целом, эта статья является ценным ресурсом для всех, кто интересуется ростом и развитием цифровых транснациональных корпораций в современной глобальной экономике.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, тренды развития корпораций

Zhuo Yizi

Abstract: This article provides a comprehensive analysis of trends in the development of digital transnational corporations. It highlights the growing role of technology in the global economy and its impact on the growth and expansion of digital multinationals. The article looks at the various factors that have contributed to the success of these corporations and the challenges they face in a rapidly changing environment. In addition, the article discusses the legal framework governing these corporations and the need for a more coordinated approach to

address issues such as privacy and data security. Overall, this article is a valuable resource for anyone interested in the growth and development of digital multinationals in today's global economy.

Keywords: transnational corporations, corporate development trends

В настоящее время, благодаря открытому доступу к мировому рынку капитала, множество транснациональных компаний может получить финансирование от различных инвесторов, таких как венчурные фонды либо бизнес-ангелы. Особенно привлекательными для инвесторов становятся инновационные бизнес-идеи, которые направлены на удовлетворение потребностей целевых групп потребителей. В прошлом, ТНК имели другой облик, и первые компании, занимающиеся трансграничной коммерческой деятельностью, появились много веков назад. Они были предшественниками современных ТНК и развивались благодаря технологическим достижениям в области цифровых коммуникаций и транспорта, несомненно это открыло доступ к организационным инновациям и позволило компаниям успешно работать на различных рынках по всему миру. Одним из наиболее важных вопросов, поднимаемых во множестве научных исследований сегодня, является выявление и сравнительный анализ особенностей организации и деятельности традиционных и цифровых ТНК. Чен и несколько других специалистов представили новый взгляд на Уппсала-скую модель, анализируя ее в контексте интернационализации цифрового бизнеса. Они обратили внимание на коллективное взаимодействие разных групп пользователей, в отличие от оригинальной модели, которая сосредотачивалась на стратегиях производителей, несомненно это новый принцип, который становится ключевым при интернационализации цифровых ТНК, нельзя забывать и о том что, есть цифровые корпорации, такие как Google и Facebook, которые

обязательно являются транснациональными, но не традиционными ТНК. Основные различия между традиционными и цифровыми ТНК заключаются в следующем: В отличие от традиционных ТНК, цифровые имеют возможность использовать эффект монетизации от рекламной деятельности. Исходя из данных, представленных в финансовой отчетности Google, монетизация от размещения рекламы принесла компании доход, составляющий 82,8 млрд рублей в 2020 г., превышающий на 15,6% данный показатель в предыдущем периоде ; У традиционных и цифровых ТНК различается степень мобильности. В данном случае это качество подразумевает наличие либо отсутствие привязки к конкретному местоположению. У цифровых ТНК такая привязка находится в гораздо меньшей степени, чем у традиционных, соответственно, цифровые ТНК в меньшей степени страдают от различных логистических ограничений (количество поставляемого цифрового продукта, расстояние и длительность доставки, издержки); Во многих традиционных ТНК иностранные инвестиции и активы, размещенные за рубежом, находятся примерно на одном уровне с общими и зарубежными продажами и доходами, а в некоторых из них идет превышение. У цифровых ТНК иная ситуация: при высоком уровне общих и иностранных продаж и доходов, низкий уровень иностранных инвестиций и физических активов. К примеру, у компании Expedia Group, согласно данным, размещенным в Докладе о международных инвестициях 2021 года, в общих активах доля размещенных за рубежом у цифровой транснациональной компании Expedia Group составила лишь 5,7%. Подходы к сбору данных об уровне интернационализации также различаются: среди метрик данного признака у цифровых ТНК в отчетах о мировых инвестициях не присутствуют данные по доле персонала за рубежом, так как одной из основных особенностей, отличия цифровых ТНК от традиционных является то, что при освоении рынков других стран у цифровых компаний нет

потребности в многочисленном персонале, ну вот тут и получается что, в отчетах и рейтингах цифровых ТНК, которые составляются UNCTAD, присутствуют количественные данные только по долям зарубежных продаж и активов. Так на их основе возник новый индекс – уровень легкости прямых иностранных инвестиций (FDI lightness) – который определяется как частное между долей зарубежных продаж компании от ее общих продаж к доле активов, размещенных за рубежом. Если рассматривать данный вопрос с точки зрения канвы бизнес-модели, предложенной Остервальдером и Пинье, то из приведённых различий видно, что они состоят в потоках поступления доходов, ключевых ресурсах и активах, нельзя забывать и о том что, становится ясен ответ на вопрос, насколько каждая из двух рассматриваемых групп ТНК привязана к месту расположения мощностей. Если говорить о преимуществах, которыми обладает подобная бизнес-модель, то среди них можно выделить следующие: Специалисты с ценными и редкими знаниями и навыками могут работать в одной команде, независимо от местонахождения в разных странах, несомненно это позволяет найти более эффективные решения для использования человеческих интеллектуальных и трудовых ресурсов. Открытый доступ к мировому рынку капитала позволяет любой транснациональной компании получить финансирование от венчурных фондов, бизнес-ангелов и краудфандинговых платформ. Инновационные бизнес-идеи, направленные на удовлетворение потребностей целевых групп потребителей, становятся наиболее привлекательными для инвесторов. Итак, мы привели особенности цифровых транснациональных компаний, а так же раскрыли отличия их от ТНК традиционной бизнес-модели, но не будем забывать что, даже среди самих цифровых ТНК можно выделить подгруппы, так как данные компании настроены на инновационное поведение, и они создают новые продукты и услуги и способы их производства и поставки.

Соответственно, существуют различные классификации цифровых ТНК. Одна из наиболее упрощенных и популярных – по степени цифровизации: Полностью цифровые, практически все бизнес-процессы которых полностью завязаны на виртуальной среде (интернет- платформы, поисковые системы и сервисы цифровых решений) – предоставляемые ими продукты и услуг являются полностью цифровыми; Цифровые многонациональные корпорации со смешанными режимами, сочетающие оффлайн-продукты и услуги с цифровыми бизнес-моделями, такими как Amazon (электронная коммерция) или Uber (заказ такси). Существует и более детализированная классификация, предложенная ЮНКТАД , которая подразумевает 4 типа цифровых ТНК: Интернет-платформы: предприятия, рожденные в цифровом формате, управляемые и реализуемые через Интернет, например, поисковые системы, социальные сети и другие платформы и компании совместного использования (например, компании по заказу такси Didi Global (Китай) и Uber (США), а также платформа совместного проживания Airbnb (США)); Цифровые решения: другие интернет- игроки и цифровые активаторы. Данная категория включает, к примеру, в себя поставщиков программного обеспечения как услуги (SaaS) и финтех в дополнение к решениям для электронных платежей. Финтех, в свою очередь, имеет более широкий спектр услуг: брокерские, банковские и финансовые. Электронная коммерция: онлайн- платформы, позволяющие осуществлять коммерческие транзакции, такая вот категория включает в себя интернет-магазины, а также компании доставки (в основном доставка еды и мобильные приложения), которые стали особенно актуальны во время пандемии; Цифровой контент: производители и дистрибьюторы товаров и услуг в цифровом формате, включая игры, а также данные и аналитику, помогающие принимать управленческие решения менеджерам различных компаний. Бизнес-модели в представленных видах цифровых ТНК

ведут себя в различном ключе друг относительно друга, соответственно, следует учитывать данный момент при анализе данных по компаниям, входящим в эти группы: желательно формировать отдельные выборки при анализе, к примеру, взаимосвязи уровня интернационализации цифровых ТНК с каким-либо другим признаком, чтобы понаблюдать, как будет проявляться результат у каждого типа в отдельности. Одной из наиболее ярких тенденций в поведении транснационализации компаний (как традиционных, так и цифровых) становится интернационализация научно-исследовательских разработок и процессов, связанных с ними (НИОКР). Научные исследования, которые проводятся ТНК, всё чаще носят международный характер.

Компании организуют научно-исследовательскую деятельность на тех рынках, доступ к высококвалифицированным специалистам которых они хотели бы получить, либо сконцентрироваться около конкретных информационных центров. В 2018 г. ТНК, входящие в список топ-100 международного рейтинга ЮНКТАД, осуществили инвестиции в НИОКР размером более чем 350 млрд долл. что составляет более трети от общей массы финансируемых бизнесом научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Наиболее проявлена данная тенденция у высокотехнологичных, фармацевтических и машиностроительных компаний. При этом большая часть проектов, связанных с НИОКР, осуществляются в таких сферах, как проектировочно-испытательная. Расходы на НИОКР, осуществляемые за пределами страны базирования материнских компаний МНК, весьма велики, и они постоянно увеличиваются. За последние 5 лет стало известно о 5,3 тыс. проектах ТНК за пределами рынков стран базирования, что составило более 6 % от всех новых инвестиционных проектов. В свою очередь, в предыдущие 5 лет данный показатель имел более низкое значение и составлял 4 тыс. проектов, нельзя забывать и о том что, в

результате развития цифровых технологий, существует вероятность исчезновения некоторых видов компаний, таких как оптовые и розничные продавцы и поставщики, учитывая то что было изложено в текст выше, нам нужно отметить следующее хотелось бы еще раз упомянуть, что за последнее время традиционные ТНК эволюционировали в новую форму, и их взгляд на выстраивание бизнес-процессов, также изменился. В условиях цифровизации они способны налаживать контакты с иностранными поставщиками и потребителями и заниматься реализацией своих товаров и услуг, обходясь без осуществления крупных инвестиций в инфраструктуру на рынках различных стран. Постепенно происходит сдвиг от трансграничных операций, основанных на прямых иностранных инвестициях, к операциям, не связанным с вывозом капитала.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент. Часть 1: Сущность и содержание [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для

- вузов: В 2 ч. / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; Под ред. В. С. Абрамова . – Москва : Юрайт, 2021 . – 270 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/469734> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-9916-7127-9
2. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент. Часть 2: Функциональные стратегии [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов: В 2 ч. / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; Под ред. В. С. Абрамова . – Москва : Юрайт, 2021 . – 246 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/470510> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-9916-7126-2
3. Абчук, Владимир Авраамович. Менеджмент. Часть 1 [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов: В 2 ч. / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко . – 3. изд., испр. и доп . – Москва : Юрайт, 2021 . – 239 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/469886> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-534-01757-1
4. Абчук, Владимир Авраамович. Менеджмент. Часть 2 [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов : В 2 ч. / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко . – 3. изд., испр. и доп . – Москва : Юрайт, 2021 . – 249 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/471204> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-534-02141-7
5. <https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2011.28>

6. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1998.926627>
7. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8490384>
8. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.509>