

УДК 334.7

**Башуткин Василий Александрович**  
ФБГОУ ВПО «Российский университет дружбы народов»  
Москва, Россия<sup>1</sup>  
Аспирант  
E-Mail: [vb88@mail.ru](mailto:vb88@mail.ru)

## **Специфика интернационализации малых и средних предприятий в форме транснациональных компаний**

**Аннотация:** В свете реализации Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года России предстоит осуществить переход от экспортно-ориентированного пути развития к инновационной социально-ориентированной модели, при которой развитие экономики основано не только на природных богатствах, но и на ее уникальных знаниях, экспорте технологий и других результатах инновационной деятельности. Малые и средние компании займут одну из ключевых ролей в этом процессе. Будучи членом Всемирной торговой организации, Россия может принимать активное участие в международных торговых процессах, поддерживая прямые иностранные инвестиции малых и средних компаний. В данной статье предпринята попытка выявить особенности деятельности малых и средних компаний и возможности их интернационализации, проанализировать наиболее оптимальные способы выхода российских компаний на зарубежные рынки. Являясь членом Всемирной торговой организации, Россия может принимать активное участие в международных процессах торговли, оказывая поддержку малым и средним компаниям, осуществляющим прямые иностранные инвестиции. Автором утверждается, что для обеспечения условий эффективного развития малого и среднего бизнеса в России со стороны государства необходима разработка комплекса соответствующих мер, среди которых стоит выделить создание инфраструктуры, объединяющей финансовую и нефинансовую поддержку, стимулирование внешнего спроса и развитие консалтинга.

**Ключевые слова:** Интернационализация; малые и средние компании; прямые иностранные инвестиции; малые и средние транснациональные компании; поддержка малого бизнеса; формирование малых транснациональных компаний.

Идентификационный номер статьи в журнале 98EVN214

---

<sup>1</sup> 117198, Москва, ул. М.Маклая д.6, Экономический факультет, кафедра Международных экономических отношений

В развитых странах существует большое количество компаний, пытающихся реализовать свой потенциал в рамках экспортных операций, считающих интернационализацию бизнеса и выход на внешние рынки одним из ключевых приоритетов в ближайшем будущем. Для России, в условиях присоединения к Всемирной торговой организации (ВТО), данный вопрос становится актуальным ввиду не только открывшихся возможностей для экспорта, но и возможности совершать прямые иностранные инвестиции. К основным проблемам, с которыми сталкиваются предприятия, рассматривая возможность выхода на внешние рынки со своими продуктами и услугами, заключается в невозможности дать точную оценку внешнеэкономического потенциала и готовности начать экспортную деятельность. Это, в свою очередь, тесно связано с недостаточной изученностью данной проблемы. Малые и средние предприятия (МСП) становятся важной частью сферы производства и услуг, без которой трудно поддерживать стабильный социально-экономический рост в обществе и улучшить эффективность на производствах. Формирование и развитие малых предприятий совпадает с общемировыми тенденциями при формировании смешанного типа экономики, включая различные виды собственности и способы хозяйствования, при условии совмещения конкурентного и рыночного механизма с государственным регулированием малого, среднего и крупного производства. Считается, что малые и средние предприятия являются одной из основных движущих сил современной экономики ввиду постоянного вклада в технологические усовершенствования, инновации процесса и продукции, создание новых рабочих мест, развитие экспортных операций. Отдельно стоит отметить возможность МСП создавать инновации, т.к. они улучшают не только свою конкурентоспособность, но также оказывают влияние на всю индустрию и макроэкономику<sup>2</sup>. Вместо разорившихся малых компаний появляются новые, доказывая возможность малого бизнеса воспроизводиться. Высокий уровень появления и исчезновения малых компаний является характерным механизмом-компенсатором, который смягчает бурные изменения конъюнктуры национальной экономики, предотвращая роковой исход этих колебаний.

В предыдущие десятилетия малый бизнес начал активно внедряться в процесс инноваций. Более того, малый бизнес помогает формировать средний класс, который составляет в глобальной хозяйственной системе важную роль среди экономически активных людей. Поэтому развитие функций малого и среднего бизнеса объясняет его возрастающую роль для экономик ключевых стран Запада. Конкурентоспособный малый и средний бизнес, являющийся ядром инновационной экономики, способствует экономическому развитию и достойному представлению страны на мировом рынке. В развитых странах дополнительное внимание уделено инфраструктуре и институтам поддержки, которые должны быть способными оказывать необходимую помощь тем компаниям, которые способны эффективно внедрять инновационные идеи и оперировать на глобальном рынке.

Говоря о масштабах распространения малых и средних предприятий, рассмотрим пример Европейского союза. Малые и средние предприятия являются основой экономики ЕС. В 2012 году они составляли 99,8% всех нефинансовых предприятий - порядка 20.7 миллиона компаний<sup>3</sup>. Подавляющее большинство (92.2%) – это микро компании, в которых занято менее 10 человек. Около 6.5% всех МСП в ЕС составляют малые компании (от 10 до 49 человек). 1.1% составляют компании среднего размера (50-249 человек). Крупные корпорации составляют лишь 0.2% от всех нефинансовых компаний в Европейском Союзе.

---

<sup>2</sup> Luo, Y. (2000), "Dynamic capabilities in international expansion", Journal of World Business, Vol. 35 No. 4, pp. 359.

<sup>3</sup> EU SMEs in 2012: at the crossroads Annual report on small and medium-sized enterprises in the EU, 2011/12. Стр.17

С точки зрения занятости людей, в малых и средних предприятиях ЕС в 2011 и в 2012 годах работали порядка 67.4% от всего количества работающих людей, занятых в нефинансовом секторе<sup>4</sup>.

*Говоря о формировании малых и средних ТНК в мировом хозяйстве, следует* выявить, как современные процессы мировой экономики влияют на малые и средние предприятия. Для этого рассмотрим, что такое малые и средние ТНК, которые являются результатом такого влияния.

В начале восьмидесятых, благодаря центру ООН по ТНК, в экономической науке появился термин "малые и средние транснациональные корпорации". По оценкам экспертов из ООН от 40 до 50% ТНК в мире являются компаниями с числом занятых меньше 200 человек. Согласно научным и статистическим определениям, к малым транснациональным корпорациям (МТНК) обычно относятся транснациональные компании с числом занятых (как в основной стране, так и в зарубежных подразделениях) менее 250 сотрудников, с активами менее 100 млн. долларов, с объемом продаж за год менее 20-25 млн. долларов<sup>5</sup>. Обычно примерно такие показатели характерны небольшим ТНК. Ключевым критерием нужно считать число занятых, а активы и объемы продаж используются выборочно как вторичные критерии.

Становление малых и средних транснациональных корпораций поспособствовало выходу на новые рынки и повышению объема прямого иностранного инвестирования небольшими компаниями. Половина от всех инвестиционных потоков малых и средних компаний за рубеж - это капитал, направленный в МТНК. МСП в развитых странах, создавая производственную основу за рубежом, идут вслед за их более крупными партнерами, чтобы не упустить свою роль поставщика в детально разработанном процессе производства.

В процессе зарубежной экспансии МТНК помимо типично называемых для ТНК плюсов (продвижение и продажа национальной продукции, повышение стандартов на рынке третьих стран, возврат прибыли в страну и т.д.) являются стимулирование экспансии крупных ТНК, и большее вовлечение в международную систему разделения труда. Тем не менее, МТНК больше зависят от процессов, которые происходят в стране ее базирования, чем, например, крупные ТНК.

В принимающих странах помимо повышения уровня занятости, прибыли в бюджет, роста ВВП и получение современных технологий имеются специальные преимущества. МТНК, к примеру, оказывают меньшее давление на локальных производителей, вряд ли заняты политическим лоббированием, как очень часто делают это крупные ТНК. Очевидно, что филиалы МТНК могут переполнять уже насыщенный малым и средним бизнесом местный рынок принимающей страны, в особенности эта тема характерна для развивающихся стран. Более предпочтительным типом присутствия МТНК ввиду этой причины является форма совместного предприятия или иного схожего типа сотрудничества.

МТНК имеют ряд отличий и особенностей в сравнении с крупными ТНК. В первую очередь им свойственна иная стратегия, потому что такого рода фирмы не ставят цель завоевать крупную долю зарубежного рынка, поглощая местные компании, ведь часто для них это может быть непосильно. Обычно, им намного легче начать активность на зарубежном рынке, и они могут это делают быстрее, чем другие<sup>6</sup>. Более того, у них есть своя

---

<sup>4</sup> EU SMEs in 2012: at the crossroads Annual report on small and medium-sized enterprises in the EU, 2011/12. Стр 17

<sup>5</sup> OECD, European Union, European Training Foundation, European Bank for Reconstruction and Development, OECD Publishing, p.57

<sup>6</sup> Fillis, I. (2001), "Small firm internationalization: an investigative survey and future research directions", *Management Decisions*, 39/9,

производственная специфика: МТНК намного чаще вовлечены в высокотехнологичную сферу. В-третьих, согласно статистике, существует ограниченная географическая экспансия: основной целью являются соседствующие с материнской страной рынки. В-четвертых, семейственность такого рода бизнеса намного больше, чем у многих других крупных ТНК.

Предполагается, что малые и средние ТНК чаще всего концентрируют свою деятельность в развитых странах ввиду того, что им характерна развитость инфраструктуры, низкие политические и экономические риски, а также наличие рынков с гарантированным спросом и поэтому окупаемостью инвестиций. После бурного технологического развития и лидерства в различных сегментах внутреннего рынка, эти компании начали искать возможности для развития на соседних рынках. Для малых и средних компаний центральной части Европы наиболее характерно развитие деятельности в других странах Европейского Союза, особенно в восточной части. Американские ТНК укрепились на рынках стран Латинской Америки, но также в России и в Украине. Крупные компании из Японии отдают предпочтение инвестициям как в соседние страны, такие как Тайвань и Китай, так и США, Канаду, Австралию, Новую Зеландию и Мексику.

Есть ряд методологических проблем, затрудняющих качественный анализ особенностей МТНК. Выше уже были отмечены особенности критериев малых и средних компаний в зависимости от страны. Согласно ЮНКТАД, малыми и средними ТНК являются предприятия, в стране происхождения, которых задействовано меньше 500 сотрудников и среднегодовой товарооборот приблизительно равен 350 млн. долларов<sup>7</sup>.

В экономической науке существует различные мнения ученых о МТНК, об их перспективах развития, и влиянию на процессы, которые происходят в мировой экономике. Некоторые авторы полагают, что сейчас происходит кризис крупных компаний и основные инновации, и рабочие места создаются МТНК. Другие, анализируя рынки США, Японии и Западной Европы, наоборот утверждают, что крупные корпорации до сих пор концентрируют все большую часть капитала и рынков в ведущих экономиках. Есть мнение, что все МТНК рано или поздно "вырастают" в огромные корпорации, либо поглощаются, либо становятся банкротами<sup>8</sup>. Очевидно, что вышеизложенные точки зрения не являются правильными или ложными. Во-первых, крупные ТНК больше не являются «единым организмом», как это часто было раньше. Теперь многие предоставляют собой несколько компаний, собранных под одну оболочку. Любой корпорации, не зависимо от ее размера, необходимы компоненты на одинаково высоком уровне качества, соответствующем уровню международной конкурентоспособности практически невозможно. Из этого следует вывод, что сами крупные ТНК состоят из определенного числа мелких компаний. Субподряд – это одна из самых перспективных форм для национальной экономики интернационализации среднего и малого бизнеса. Часто МСП участвуют в международных альянсах, которые не подразумевают контроль над капиталом. Это чаще всего своеобразные соглашения, подразумевающие совместную торговлю, например, общие каналы сбыта и обмен маркетинговой информацией. В последнее время можно часто услышать об альянсах крупных и средних ТНК<sup>9</sup>.

На сегодняшний день уровень внешних ПИИ, который приходится на долю МТНК, подтверждает, что их доля в экономической составляющей страны происхождения не

<sup>7</sup> Fujita, M. (1995a). "Small and medium-sized transnational corporations: trends and patterns of foreign direct investment", *Small Business Economics*, 7(3), pp. 183-204.

<sup>8</sup> Chetty, S., & Blankenburg Horn, D., (2000), "Internationalisation of Small - to Medium - Sized Manufacturing Firms: a Network Approach," *International Business Review* 9, (2000) 77-93

<sup>9</sup> Buckley, P.J., and Casson M.C., (1998), "Analysing Foreign Market Entry Strategies: Extending the Internalization Approach", in *Journal of International Business Studies*, Vol.29, Issue 3.p 540

велика<sup>10</sup>. Можно предположить, что в будущем будет более полное раскрытие инвестиционного потенциала, особенно в странах, где сконцентрировано достаточно большое число прогрессивных и высокотехнологичных средних и малых ТНК, например в Германии, Австрии, Швейцарии, Нидерландах, Италии, Японии и США<sup>11</sup>.

Для обеспечения условий для эффективного развития малого и среднего бизнеса в России со стороны государства необходима разработка комплекса соответствующих мер, среди которых стоит выделить создание инфраструктуры, объединяющей финансовую и нефинансовую поддержку, стимулирование внешнего спроса и развитие консалтинга. Малому и среднему бизнесу принадлежит особая роль в процессе модернизации экономики России. Наиболее перспективным направлением с точки зрения интеграции России в мировое сообщество и развития экономики может быть кооперация крупного и малого бизнеса.

## ЛИТЕРАТУРА

1. EU SMEs in 2012: At the crossroads annual report on small and medium-sized enterprises in the EU, 2011/12. p.17
2. Fujita, M. (1995a). "Small and medium-sized transnational corporations: trends and patterns of foreign direct investment", *Small Business Economics*, 7(3), pp. 183-204.
3. OECD, European Union, European Training Foundation, European Bank for Reconstruction and Development, OECD Publishing, p.57
4. Fillis, I. (2001), "Small firm internationalization: an investigative survey and future research directions", *Management Decisions*, 39/9, pp.767-783
5. Chetty, S., & Blankenburg Hom, D., (2000), "Internationalisation of Small - to Medium - Sized Manufacturing Firms: a Network Approach," *International Business Review* 9, (2000) 77-93
6. Buckley, P.J., and Casson M.C., (1998), "Analysing Foreign Market Entry Strategies: Extending the Internalization Approach", in *Journal of International Business Studies*, Vol.29, Issue 3.pp 539-562.
7. Luo, Y. (2000), "Dynamic capabilities in international expansion", *Journal of World Business*, Vol. 35 No. 4, pp. 355-378
8. Kuo, H & Li, Yang (2001) 'A Dynamic Decision: Model of SME's FDI', *Small Business Economics*, 20, 219-231
9. Majocchi, A & Zucchella, A (2003) 'Internationalisation and Performance' in *International Small Business Journal*, 21, 3, 249-268
10. UNCTAD (2003a) 'World Investment Report 2003, FDI Policies for Development: National and International Perspectives', United Nations Conference on trade and Development, United Nations, New York and Geneva

**Рецензент:** Кокуйцева Татьяна Владимировна, Заместитель директора по внешнеэкономической деятельности Института прикладных технико-экономических исследований и экспертиз РУДН, кандидат экономических наук.

<sup>10</sup> Kuo, H & Li, Yang (2001) 'A Dynamic Decision: Model of SME's FDI', *Small Business Economics*, 20, p.225

<sup>11</sup> Majocchi, A & Zucchella, A (2003) 'Internationalisation and Performance' in *International Small Business Journal*, 21, 3, 249-268

**Vasiliy Bashutkin**  
Peoples' Friendship university of Russia  
Moscow, Russia  
E-Mail: [vb88@mail.ru](mailto:vb88@mail.ru)

## **Internationalization peculiarities of small and medium-sized companies through foreign direct investment**

**Abstract:** In frame of implementation of “The concept of long-term social and economic development strategy of Russian Federation until 2020”, Russia will have to implement a transition from export-oriented development to innovative social-oriented model, where economy's development will be based not only on natural resources but also on its unique knowledge, export of specific technologies and products of innovative activities. Small and medium companies will occupy a significant share in this process. This article will attempt to review peculiarities of small and medium companies, this possible ways of internationalization as well as analyze most practical ways to enter foreign markets. Being a member of the World Trade Organization Russia may take part in international trading processes in full scale by supporting foreign direct investments of its small and medium sized organizations. Evidently, small and medium sized may bring and implement in the nearest future innovative strategy of the economy in Russian Federation.

**Keywords:** Internationalization; small and medium companies; foreign direct investment; small and medium sized transnational companies; support of small business; maturing of small and medium sized transnational companies.

Identification number of article 98EVN214

## REFERENCES

1. EU SMEs in 2012: At the crossroads annual report on small and medium-sized enterprises in the EU, 2011/12. p.17
2. Fujita, M. (1995a). “Small and medium-sized transnational corporations: trends and patterns of foreign direct investment”, *Small Business Economics*, 7(3), pp. 183-204.
3. OECD, European Union, European Training Foundation, European Bank for Reconstruction and Development, OECD Publishing, p.57
4. Fillis, I. (2001), “Small firm internationalization: an investigative survey and future research directions”, *Management Decisions*, 39/9, pp.767-783
5. Chetty, S., & Blankenburg Hom, D., (2000), “Internationalisation of Small - to Medium - Sized Manufacturing Firms: a Network Approach,” *International Business Review* 9, (2000) 77-93
6. Buckley, P.J., and Casson M.C., (1998), “Analysing Foreign Market Entry Strategies: Extending the Internalization Approach”, in *Journal of International Business Studies*, Vol.29, Issue 3, pp 539-562.
7. Luo, Y. (2000), “Dynamic capabilities in international expansion”, *Journal of World Business*, Vol. 35 No. 4, pp. 355-378
8. Kuo, H & Li, Yang (2001) ‘A Dynamic Decision: Model of SME’s FDI’, *Small Business Economics*, 20, 219-231
9. Majocchi, A & Zucchella, A (2003) ‘Internationalisation and Performance’ in *International Small Business Journal*, 21, 3, 249-268
10. UNCTAD (2003a) 'World Investment Report 2003, FDI Policies for Development: National and International Perspectives', United Nations Conference on trade and Development, United Nations, New York and Geneva