

УДК 33

## Цифровые компании: понятие, масштабы и особенности транснационализации

**Ефремов Виктор Степанович**

Доктор экономических наук, профессор,  
завкафедрой менеджмента,  
Российский университет дружбы народов,  
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10;  
e-mail: efremov\_vs@pfur.ru

**Владимирова Ирина Геннадьевна**

Доктор экономических наук, профессор,  
профессор кафедры менеджмента,  
Российский университет дружбы народов,  
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10;  
e-mail: vladimirova\_ig@pfur.ru

### Аннотация

Статья посвящена исследованию цифровых компаний и выявлению особенностей их транснационализации. Прежде всего, в статье определена терминология, касающаяся компаний этой сферы, дана их классификация, проведено исследование масштабов деятельности крупнейших цифровых компаний и их географического распространения. В ходе исследования были выявлены особенности транснационализации деятельности этих компаний, к которым, в первую очередь можно отнести следующие: изменение роли прямых иностранных инвестиций, поскольку цифровая экономика позволяет международным компаниям работать в глобальном масштабе и действовать на внешних рынках практически без физического присутствия, необходимость ограниченного объема зарубежных активов для ведения бизнеса за рубежом: чем активнее МНК строят свои производственные процессы на базе интернета, тем больше разрыв между зарубежными доходами и иностранными активами, концентрация инвестиций цифровых компаний, их штаб-квартир и зарубежных филиалов в нескольких развитых странах, особенно в США. Цифровизация приводит к изменению содержания международных коммерческих операций, используемых компаниями: возникают совершенно новые многонациональные бизнес-модели, происходит радикальная трансформация международных операций. Внедрение цифровых технологий коренным образом изменяет характер международной деятельности МНК и влияния их зарубежных филиалов на принимающие страны.

### Для цитирования в научных исследованиях

Ефремов В.С., Владимирова И.Г. Цифровые компании: понятие, масштабы и особенности транснационализации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 11А. С. 137-147.

**Ключевые слова**

Цифровые компании, транснационализация компаний, цифровая экономика, коэффициент легкости ПИИ.

**Введение. Понятие цифровых компаний и их классификация**

Цифровая экономика становится неотъемлемой частью глобальных экономических процессов. Она превращается в один из главных двигателей роста и развития компаний. Появилась даже такая категория субъектов хозяйствования как цифровые компании, цифровые транснациональные корпорации (ТНК), цифровые мультинациональные компании (МНК). Прежде всего, разберемся, какие компании можно отнести к этой категории.

В соответствии с самой простой классификацией можно выделить фирмы, являющиеся полностью цифровыми, и те, которые можно назвать частично цифровыми [International Business in the Information..., 2018]. Полностью цифровые компании являются таковыми, как правило, с самого своего основания, работают в цифровой форме и производят свои продукты, поставляемые в цифровом виде. Они являются «рожденными в цифровом виде». В качестве примеров таких компаний обычно называются поисковые системы Интернета (например, Google, Yahoo), социальные сети в Интернете (Facebook, Insagram, LinkedIn, Twitter, WhatsApp, YouTube и т.п.) и интернет-платформы обмена (например, Airbnb, Uber, Dropbox, Google Grive, Khan Academy). Компании же, которые можно назвать частично цифровыми, внедряют цифровые технологии в свои существующие производственные процессы и производственные линии. Они могут быть как цифровыми пользователями (потребителями), так и цифровыми производителями, так и тем, и другим. Ожидается, что для этих частично цифровых компаний новые технологии окажут значительное влияние, прежде всего, на цепи поставок. Появляются новые формы межфирменного сотрудничества на основе облачных вычислений и платформ с открытым исходным кодом. Вертикальное сотрудничество по цепочке поставок предположительно будет сдвигаться к горизонтальной совместной работе на платформе, такой как совместные закупки и услуги по сбору информации и совместное использование транспортных средств и складских помещений.

Второй и достаточно подробный вариант классификации цифровых компаний основан на подходе UNCTAD (Конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию), где все фирмы делятся по их функции или роли в цифровой экономике [World Investment Report, 2017]. Прежде всего все цифровые мультинациональные компании разделены на две группы: фирмы ИКТ (информационно-телекоммуникационные технологии) и истинно цифровые компании (рис. 1). Фирмы ИКТ подразделяются на высокотехнологичные и телекоммуникационные. Высокотехнологичные ИТ-компании, производящие аппаратное и программное обеспечение, являются безусловно самыми динамичными среди крупнейших глобальных корпораций. В число этих компаний входят производители аппаратных средств - устройств информационных технологий (например, IBM, Apple, Samsung Electronics, Nokia, Sony, HP, Dell Technologies, Lenovo Group, Acer) и компонентов (Toshiba, Hon Hai Precision Industry, Taiwan Semiconductor Manufacturing, ZTE, Flextronics, Nvidia и т.п.). В группу высокотехнологичных также входят компании - разработчики программного обеспечения и поставщики ИТ-услуг, сервисные фирмы (например, Microsoft, SAP, Oracle, Accenture, Adobe Systems, Qualcomm, Infosys, Wipro).

Вторая группа – это телекоммуникационные фирмы, то есть поставщики телекоммуникационной инфраструктуры и возможности подключения к ней (AT&T, Vodafone Group, Deutsche Telekom, Nippon Telephone and Tekegraph, Telefonica, BT Group и т.д.).

Истинно цифровые компании подразделяются на 4 группы: интернет-платформы, компании – поставщики цифровых решений, компании, занятые в электронной торговле, и производители цифрового контента. Первые две из этих групп можно назвать полностью цифровыми компаниями, так как в их бизнес-модели центральная роль принадлежит Интернету, и они полностью работают в цифровой среде. Интернет-платформы включают поисковые системы, социальные сети и другие платформы, например, для совместного использования (Alphabet, Facebook, eBay, Yahoo, Twitter, LinkedIn и т.д.). К компаниям, связанным с поставкой цифровых решений, можно отнести те, которые занимаются, например, облачным хостингом и вычислениями, услугами веб-хостинга и электронной почты, электронными и онлайн-платежами, а также цифровыми решениями для управления бизнесом и для финансовых приложений (fintech) (например, PayPal, VMware, Salesforce, NASDAQ, Citrix Systems).



**Рисунок 1 – Классификация цифровых МНК**

Следующие две группы фирм в своей деятельности используют смешанные бизнес-модели: помимо основного цифрового бизнеса присутствуют и его физические компоненты, способствующие, прежде всего, доставке товаров и услуг. Компании электронной коммерции представлены онлайн-платформами, которые обеспечивают коммерческие транзакции, включая интернет-магазины (например, Amazon.com, Alibaba или Rakuten) и онлайн-агентства путешествий. Причем доставка товара может быть как цифровой (если содержимое транзакции является цифровым), так и физической (если контент осязаемый). К компаниям, обеспечивающим цифровой контент, относятся производители и дистрибьюторы товаров и

услуг в цифровом формате, включая производителей и поставщиков медиа (музыки, видео, электронных книг и онлайн-журналов, онлайн-курсов), игр (классических видеоигр, онлайн-игр, мобильных игр, многопользовательских интерактивных игр), а также поставщиков «больших данных», маркетинговой информации, информации о клиентах, об экономике и бизнесе (например, Time Warner, Comcast, CBS, Viacom, Thomson Reuters, Netflix, Moody's). Цифровой контент может доставляться через Интернет, а также через другие каналы (например, кабельное телевидение).

### **Анализ масштабов цифровых компаний и их географического распространения**

В соответствии с докладом известного аналитика и венчурного инвестора Кремниевой долины Мэри Микер «Интернет-тренды в 2018 года», опубликованном в мае 2018 года, совокупная рыночная капитализация 20 крупнейших высокотехнологичных компаний мира составила примерно 5,9 трлн. долл., причем 75% этой стоимости приходилось на компании США, а 25% – на китайские. При этом топ-6 соответствовал 81% совокупной рыночной капитализации компаний рейтинга. Это компании: Apple, Alphabet, Amazon, Microsoft, Tencent и Alibaba. Высокотехнологичные компании, по оценке эксперта, становятся основной частью бизнеса США: в апреле 2018 года они составляли 25% рыночной капитализации страны. Но при этом отмечается, что и Китай в последнее время становится центром самых больших интернет-компаний мира. На данный момент в этой стране расположены 9 из 20 самых крупных интернет-компаний, в США – 11. А пять лет назад в Китае базировались лишь две такие компании, в США – девять.

Продолжает увеличиваться и количество цифровых компаний, включенных в рейтинг 100 крупнейших нефинансовых МНК мира, ежегодно публикуемый UNCTAD в отчетах о мировых инвестициях. Этот рейтинг составляется на основе оценки объема зарубежных активов компаний и за 2017 год включает 15 высокотехнологичных и 7 телекоммуникационных корпораций. Причем с 2012 года число таких компаний выросло более чем в два раза. Лидирующие позиции среди них заняли: Samsung Electronics Ltd (Республика Корея), SAP SE (Германия), Nokia OYJ (Финляндия), Hitachi Ltd (Япония), Amazon.com (США), Broadcom (Сингапур), Intel Corporation (США), Oracle Corporation (США) и Tencent Holding Ltd (Китай).

Существенно вырос за последние пять лет вклад МНК, работающих в сфере информационно-коммуникационных технологий, и в международное производство. Эти компании растут быстрее фирм во всех других отраслях; их активы увеличились на 65%, а объем продаж и численность работников – примерно на 30% на фоне практически полной стагнации в других корпорациях Топ-100.

В докладе UNCTAD за 2017 год впервые был представлен рейтинг 100 крупнейших компаний ИКТ и 100 цифровых МНК. Анализ этого рейтинга позволяет выявить особенности географического распределения компаний этой сферы по странам и континентам. Если крупнейшие автомобильные, фармацевтические, энергетические компании, ритейлеры и т.д. чаще всего разбросаны по всему миру, этого нельзя сказать о быстрорастущей технологической отрасли.

Наблюдается концентрация цифровых компаний в нескольких крупных странах. Исследования показали, что 75% компаний из нового рейтинга базируются в трех странах. 63 из 100 цифровых МНК – компании США, за которыми следуют МНК Великобритании и Германии (рис. 2). Такая концентрация еще более выражена среди интернет-платформ: 10 из 11

крупнейших цифровых МНК базируются в США. Присутствие крупнейших цифровых компаний в развивающихся странах остается незначительным: лишь 4 из 100 базируются в развивающихся странах.

Особенностью является и то, что значительное число филиалов таких компаний расположено в странах базирования их штаб-квартир: их доля составляет 45% в отличие от 22% по МНК других отраслей. Так, примерно две трети материнских компаний цифровых МНК и 39% их дочерних предприятий находятся в Соединенных Штатах; для сравнения, здесь расположены лишь 21% материнских и дочерних компаний других крупных корпораций. У 100 крупнейших цифровых МНК только 13% филиалов базируются в развивающихся странах и странах с переходной экономикой по сравнению с 30% по всем международным корпорациям.



**Рисунок 2 – Характеристика географического распределения материнских компаний и зарубежных филиалов цифровых компаний и ИКТ МНК**

Цифровые компании зачастую считаются менее сложными, более плоскими с точки зрения своих организационных структур, чем традиционные компании. Судя по анализу таких компаний (например, Alphabet, Apple, Microsoft), это может быть в основном связано с тем, что они моложе и еще не успели развить свои цепочки собственности в той же мере, что и традиционные МНК. Однако цифровые компании явно не используют менее сложные элементы, чем традиционные, учитывая особенно частые конфронтации между ними и государственными органами. Цифровые МНК имеют больше возможностей для разработки финансовых и финансово оптимальных структур собственности, почти не ограниченных физическими операционными структурами. Недавняя корпоративная реструктуризация

Alphabet, представляющего собой холдинговую структуру над бизнесом Google, является еще одним доказательством того, что одни и те же подходы применяются как традиционными, так и цифровыми МНК.

### Особенности транснационализации деятельности цифровых компаний

Основополагающим вопросом исследования в рамках данной статьи является вопрос о том, каким образом меняется стратегия транснационализации деятельности цифровых и традиционных МНК в условиях цифровой экономики. В целом можно утверждать, что цифровизация приводит к изменению роли прямых иностранных инвестиций, поскольку она позволяет МНК работать в глобальном масштабе и действовать на внешних рынках практически без физического присутствия.

Для работы на зарубежных рынках цифровым и высокотехнологичным компаниям не требуются крупные активы и многочисленный персонал. В отличие от других МНК, входящих в рейтинг Топ-100 UNCTAD, у которых соотношение зарубежных активов, зарубежного объема продаж продукции и зарубежного персонала в среднем сбалансировано, высокотехнологичные и цифровые корпорации, имея за пределами стран базирования материнских компаний только 41% всех своих активов, получают за рубежом 73% объема продаж [World Investment Report, 2017].

Проанализируем более подробно особенности транснационализации деятельности отдельных категорий цифровых компаний (табл. 1). Для анализа воспользуемся показателем «легкости ПИИ» (FDI lightness indicator), который рассчитывается как отношение доли зарубежных продаж компании в общих ее продажах к доле зарубежных активов к суммарной величине активов компании.

**Таблица 1 – Характеристика транснационализации деятельности цифровых компаний и ИКТ МНК, 2015 год**

Компании	Доля зарубежных продаж в общих продажах, %	Доля зарубежных активов в общих активах, %	Коэффициент легкости ПИИ
Цифровые компании, всего в том числе:	40	27	1,39
Интернет-платформы	50	19	2,63
Цифровые решения	32	17	1,90
Электронная коммерция	42	38	1,11
Цифровой контент	36	32	1,14
Компании ИКТ	63	43	1,48
ИТ-компании: ИТ устройства и компоненты	75	39	1,91
ИТ-компании: программное обеспечение и ИТ-услуги	63	46	1,38
Телекоммуникационные компании	42	46	0,92
100 крупнейших нефинансовых МНК мира	65	62	1,05

Составлено по: World Investment Report 2017 - Investment and the digital Economy, United Nations (UNCTAD), New York and Geneva, 2017.

Чисто цифровые МНК, включающие интернет-платформы и поставщиков цифровых решений, показывают самую большую разницу между иностранными активами и зарубежными

продажами. Это компании, которые практически полностью работают в виртуальной среде. Их зарубежные активы на внешних рынках часто ограничены офисами компании и центрами обработки данных. Так, доля зарубежных продаж крупнейших интернет-платформ в 2,63 раза превышает долю их зарубежных активов, а у компаний – поставщиков цифровых решений – в 1,9 раза. Ни одна из МНК, относящихся к интернет-платформам, не имеет доли иностранных активов выше 40%, а большинство из них не превышает 20% (например, Alphabet – 24%, Facebook – 21%, eBay<sup>[1]</sup> – 7%, Yahoo – 6% и т. д.).

Цифровые МНК со смешанными моделями, включая компании электронной коммерции и поставщиков цифрового контента, также демонстрируют более высокий показатель легкости ПИИ, чем традиционные компании, но значение этого индекса значительно ближе к единице. Обе группы компаний, как было отмечено выше, объединяют основной цифровой бизнес с его физическими компонентами, способствующими доставке товаров и услуг до потребителя. Так, например, у компаний Amazon или Alibaba Group, чья маркетинговая и коммерческая деятельность доступна в Интернете, для операций по доставке требуются реальные логистические активы. Компания Amazon.com, в частности, инвестировала в следующие активы: в собственный парк грузовиков, службу доставки, складские комплексы с роботизированным оборудованием и собственные самолеты. Эти инвестиции сделали компанию намного более «осязаемой».

Поставщики цифрового контента включают такие крупные медиакомпании, как 21st Century Fox<sup>[1]</sup>, Time Warner<sup>[1]</sup>, Sky, 21st Century. Эти компании работают в цифровой среде с цифровыми продуктами и цифровыми технологиями. Тем не менее, они по-прежнему доставляют свою продукцию традиционными способами, например, через кабельное или спутниковое телевидение.

В отличие от всех представленных выше категорий цифровых компаний высокотехнологичные МНК с точки зрения объема зарубежных активов достигают значительных масштабов. Тем не менее доля иностранных активов в общих активах гораздо меньше по сравнению с их зарубежным бизнесом, измеряемым по доле иностранных продаж, что приводит к более высокому значению коэффициента легкости прямых иностранных инвестиций. В этих компаниях наблюдается значительная доля зарубежных активов, но при этом соотношение между долей иностранных продаж и долей иностранных активов практически такое же, как у чисто цифровых МНК (например, в компании Apple коэффициент легкости ПИИ составляет 1,65, в Samsung Electronics – 2,88, в Sony – 3,0, в Intel – 2,75 и т. д.). Некоторые более мелкие и специализированные ИТ-производители, являющиеся поставщиками ИТ-компонентов из Восточной и Юго-Восточной Азии, размещают свои производственные мощности в стране базирования компании, где издержки производства ниже, а затем экспортируют свою продукцию. Это явно способствует высокому значению показателя легкости ПИИ.

Наконец, этот показатель является самым низким для телекоммуникационных МНК. Эти компании демонстрируют высокую долю иностранных активов по сравнению с зарубежными продажами. Они, как правило, характеризуются ощутимым присутствием в зарубежных странах, где они действуют, что является неотъемлемой частью их бизнес-модели. Мало того, следует отметить, что именно физическое присутствие на внешнем рынке является критическим условием для такого рода компаний.

Представляет интерес и сравнение индекса легкости ПИИ цифровых компаний и традиционных МНК. Самый высокий уровень этого показателя демонстрируют цифровые и высокотехнологичные компании. За ними следуют МНК в автомобильной промышленности и

авиации (в 2015 году коэффициент легкости ПИИ у них составил 1,3), которые обычно прибегают к заключению контрактов на производство для наиболее трудоемких операций. Самым низким уровнем индекса характеризуются компании в отраслях, которые базируются либо на местной инфраструктуре (телекоммуникации и коммунальные услуги), либо на природных ресурсах (в добыче полезных ископаемых в 2015 году коэффициент легкости ПИИ составил 0,9, в нефтепереработке - 0,8).

Исследования показывают, что анализируемая группа МНК характеризуется меньшим количеством принадлежащих им зарубежных филиалов по сравнению с традиционными транснациональными корпорациями. Так, на каждую из Топ-100 цифровых компаний в среднем приходится по 227 филиалов, на каждую из 100 МНК ИКТ – по 280, в то время как на 100 традиционных компаний - в среднем по 570 филиалов.

Говоря о цифровой экономике, необходимо иметь в виду не только высокотехнологичный сектор и цифровые компании, но и производственные цепочки в самых разных секторах глобальной экономики в целом. Она может повышать конкурентоспособность<sup>[1]</sup> самых разных отраслей, предоставлять новые возможности бизнесу и открывать новые каналы доступа к зарубежным рынкам и к глобальным электронным цепочкам создания стоимости. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) являются одним из важнейших катализаторов роста международного производства.

Цифровые технологии могут применяться на всех этапах создания стоимости, в том числе в сфере материально-технического снабжения, производства, координации деятельности в рамках сетей производственных единиц, внешней логистики и отношений с клиентами. Цифровая экономика дает МНК широкие возможности реструктуризации процессов и каналов сбыта, а также реформирования механизмов управления в глобальных производственных сетях, ведет к формированию совершенно новых моделей международного бизнеса и переходу от традиционных глобальных компаний к виртуальным МНК, международные последствия деятельности которых являются совершенно иными.

Цифровая экономика коренным образом меняет характер производства и реализации компаниями своих товаров и услуг за рубежом. Используя цифровые технологии транснациональные корпорации могут поддерживать контакты с зарубежными покупателями и продавать им свою продукцию без серьезных вложений в физическую инфраструктуру на иностранных рынках. В сфере международного производства постепенно происходит сдвиг от международных коммерческих операций с вывозом капитала в виде ПИИ к операциям, основанным на договорных условиях. Это делает менее осязаемым их экономическое влияние на принимающие страны, роль которого в процессе формирования производственного потенциала и создания рабочих мест заметить гораздо труднее.

Внедрение цифровых технологий в глобальные производственные цепочки в разных отраслях оказывает глубокое влияние на международное производство. Возможны различные сценарии<sup>[1]</sup> влияющие на централизацию или децентрализацию производства, характер международного производства и результаты международной производственной деятельности. В зависимости от предпочтений конкретных отраслей и МНК это может привести к сокращению крупных инвестиций в централизованные, построенные в больших размерах производственные проекты, а также к развитию более гибкого, децентрализованного производства. Могут получить развитие тенденции возвращения производства и одновременно аутсорсинга услуг. Причиной возвращения в страну базирования материнской компании тех или иных производственных процессов, переданных зарубежным подрядчикам, может стать повышение роли технологий и интеллектуальной собственности в процессе создания стоимости. Кроме



того, может измениться конфигурация отношений между поставщиками в принимающих странах и открыться новые возможности для партнерства. Тенденция отказа от услуг посредников в результате развития цифровой экономики может привести к тому, что некоторые виды предприятий в принимающих странах, например розничные поставщики и дистрибуторы, останутся не у дел. При этом в сфере распределения будут формироваться новые партнерства, открывая возможности для оказания новых видов услуг с высокой добавленной стоимостью. Цифровые технологии ускоряют превращение экономики в экономику услуг, что может вызвать расширение присутствия зарубежных филиалов в этом секторе, а также переход на субподряд и отношения, не связанные с участием в капитале.

В условиях цифровой экономики конкурентные преимущества стран, способствующие привлечению ПИИ, кардинально меняются: транснациональные корпорации меньше полагаются на такие факторы, как дешевая рабочая сила, в большей степени ориентируются на наличие квалифицированного персонала и дешевой энергии. В первую очередь это становится вызовом для развивающихся стран, так как именно в них будет создаваться меньше рабочих мест. Способность высокотехнологичных и цифровых компаний работать на глобальном рынке при небольших инвестициях приведет к концентрации их в нескольких крупных развитых странах. Важнейшими мотивами для транснационализации деятельности компаний становятся ПИИ, ориентированные на знания, а также финансовые и налоговые стимулы.

### Заключение

Подводя итог проведенному исследованию можно выделить основные особенности транснационализации цифровых и высокотехнологичных МНК:

- необходимость ограниченного объема зарубежных активов для ведения бизнеса за рубежом: чем активнее МНК строят свои производственные процессы на базе интернета, тем больше разрыв между зарубежными доходами и иностранными активами;
- возникновение совершенно новой многонациональной бизнес-модели и радикальная трансформация международных коммерческих операций многих МНК;
- концентрация инвестиций цифровых компаний, их штаб-квартир и зарубежных филиалов в нескольких развитых странах, особенно в Соединенных Штатах Америки.

Сегодня цифровые технологии пока не оказали серьезного влияния на международные позиции традиционных МНК (зарубежные активы, объем продаж и число занятых), однако тенденция перехода на не требующие дорогостоящих активов модели международного производства и альтернативные методы управления уже набирает обороты. Внедрение цифровых технологий коренным образом изменяет характер международной деятельности МНК и влияния их зарубежных филиалов на принимающие страны. Изменяется характер реализации компаниями своих товаров и услуг за рубежом, да и сам характер производства. Международные корпорации, используя цифровые технологии, способны контактировать с иностранными потребителями и продавать им свою продукцию без серьезных вложений в реальную инфраструктуру на зарубежных рынках.

### Библиография

1. Кони́на Н.Ю. Транснациональные корпорации как субъекты геополитики // Экономические науки. - 2017.- № 148.- С. 105-108.
2. Кони́на Н.Ю. Важнейшие аспекты развития крупных международных компаний в меняющемся мире // Вестник МГИМО Университета. - 2016. - № 1 (46). - С. 143-153.

3. Лимонова Е.В. Цифровые компании: дефиниции и атрибуты// Экономическая безопасность и качество. - 2018. - № 1 (30).
4. Парахина Л.В., Поповичева Н.Е., Базарнова О.А. Цифровая трансформация экономических систем, продуцирующая международную инвестиционную активность бизнеса // Central Russian Journal of Social Sciences, volum 13, issue 2 - 2018, с. 142-160.
5. Скэнтлбери С. Проектирование цифровых организаций URL: [https:// www.bcg.com/ ru-ru/about/bcg-review/design-of-digital-organizations.aspx](https://www.bcg.com/ru-ru/about/bcg-review/design-of-digital-organizations.aspx)
6. Casella B., Formenti L. FDI in the digital economy: a shift to asset-light international footprints // Transnational Corporation Volume 25, 2018, Number 1, 101-130.
7. Chen, W., and F. Kamal (2016). The impact of information and communication technology adoption on multinational firm boundary decisions. *Journal of International Business Studies*, 47(5): 563–576.
8. Eden, L. (2016). Multinationals and foreign investment policies in a digital world. E15Initiative, International Centre for Trade and Sustainable Development and World Economic Forum, Geneva. URL: [https:// www.e15initiative.org](https://www.e15initiative.org).
9. International Business in the Information and Digital Van Tulder R., Verbeke A., Piscitello L., Emerald Publishing Limited, 16 Nov. 2018.
10. McKinsey Global Institute, Digital Globalization: The new era of global flows, March 2016.
11. World Investment Report 2018 - Investment and New Industrial Policies, United Nations (UNCTAD), New York and Geneva, 2018.
12. World Investment Report 2017 - Investment and the digital Economy, United Nations (UNCTAD), New York and Geneva, 2017.
13. World Investment Report 2016 - Investor Nationality: Policy Challenges, United Nations (UNCTAD), New York and Geneva, 2016.

## **Digital companies: concept, scope and features of transnationalization**

**Viktor S. Efremov**

Doctor of Economics, Professor,  
Head of Management Department,  
Peoples' Friendship University of Russia,  
117198, 10/2, Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: efremov\_vs@pfur.ru

**Irina G. Vladimirova**

Doctor of Economics, Professor,  
Professor of Management Department,  
Peoples' Friendship University of Russia,  
117198, 10/2, Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: vladimirova\_ig@pfur.ru

### **Abstract**

The goal which is set in this article is to investigate the largest international companies, detect the tendencies of their development on the modern stage. First of all, there was defined the terminology which touches upon the largest companies, also there was conducted the research of the complexity of their corporate structure and scales of their activity. The collected data proved the conclusion that the size of largest multinational companies (MNC) of the world is comparable with the economic indicators of many countries, and these companies have a great impact on the world economy. In the process of the research the structural changes in the largest MNCs were defined: in

particular, the increase of the share and the role of the high-tech and digital companies; significant impact of the state participation in the largest corporations' activity. Moreover, the significant changes in the structure of transborder operations and exchange of goods, services and factors of production were defined. From the authors point of view, the process of transnationalisation of the largest companies will continue but in the sphere of international production and factors of production exchange there will be a gradual shift from international commercial operations with the capital export in the form of FDI to the operations on the contract basis.

### For citation

Efremov V.S., Vladimirova I.G. (2018) Tsifrovyye kompanii: ponyatiye, masshtaby i osobennosti transnatsionalizatsii [Digital companies: concept, scope and features of transnationalization]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (11A), pp. 137-147.

### Keywords

Digital companies, transnationalization of companies, digital economy, FDI lightness indicator.

### References

1. Konina N. Yu. Transnational corporations as subjects of geopolitics // economic Sciences. - 2017.- №148.- P. 105-108.
2. Konina N. Yu. The most important aspects of the development of large international companies in a changing world // Vestnik MGIMO University. - 2016. - № 1 (46). - P. 143-153.
3. Limonova E. V. Digital companies: definitions and attributes// Economic security and quality. - 2018. - № 1 (30).
4. Parakhina L. V., Popovicheva N. E. About Bazarnova.And Digital transformation of economic systems, producing international business investment activity // Central Russian messenger of social Sciences, management 13, issue 2 - 2018, p. 142-160.
5. Scantlebury C. Designing digital organizations URL: [https:// www.bcg.com / ru-ru/o/BCG-review / design-for-digital-organizations.aspx](https://www.bcg.com/ru-ru/o/BCG-review/design-for-digital-organizations.aspx)
6. Casella B., Formenti L. FDI in the digital economy: a shift to asset-light international footprints // Transnational Corporation Volume 25, 2018, Number 1, 101-130.
7. Chen, W., and F. Kamal (2016). The impact of information and communication technology adoption on multinational firm boundary decisions. *Journal of International Business Studies*, 47(5): 563–576.
8. Eden, L. (2016). Multinationals and foreign investment policies in a digital world. E15Initiative, International Centre for Trade and Sustainable Development and World Economic Forum, Geneva. URL: [https:// www.e15initiative.org](https://www.e15initiative.org).
9. International Business in the Information and Digital Van Tulder R., Verbeke A., Piscitello L., Emerald Publishing Limited, 16 Nov. 2018.
10. McKinsey Global Institute, Digital Globalization: The new era of global flows, March 2016.
11. World Investment Report 2018 - Investment and New Industrial Policies, United Nations (UNCTAD), New York and Geneva, 2018.
12. World Investment Report 2017 - Investment and the digital Economy, United Nations (UNCTAD), New York and Geneva, 2017.
13. World Investment Report 2016 - Investor Nationality: Policy Challenges, United Nations (UNCTAD), New York and Geneva, 2016.