

**МЕСТО СТРАН БАЛТИИ
В ГЕОГРАФИЧЕСКИХ
СЕКТОРАХ
КРУПНЕЙШИХ ТНК
ЕВРОПЫ**

А. В. Кузнецов*



Цель нашего исследования — определение места стран Балтии на корпоративной карте мира, которая во многих аспектах стала реальной альтернативой политической карте мира вследствие интенсивных потоков прямых иностранных инвестиций. В статье изучается географическое место стран Балтии с точки зрения его представления в документах транснациональных корпораций. Базу данных исследования формируют финансовые отчеты и презентационные материалы 60 ведущих европейских (в том числе российских) транснациональных корпораций, причем особое внимание уделено компаниям стран со значительными прямыми инвестициями в странах Балтии. Наше исследование является первым шагом в анализе интерпретации новых европейских границ международными инвесторами. Мы прослеживаем связь между эффектом соседства в распределении прямых иностранных инвестиций и спецификой географических сегментов в документах транснациональных корпораций. Некоторые компании дают многоуровневое членение (например, Европа и Восточная Европа), обычно признавая принадлежность стран Балтии к Европе (как с учетом России и Турции, так и без них). Тем не менее есть исключения — «домашний рынок» (для ряда шведских фирм), «бывший Советский Союз» (для ряда российских фирм) и даже «Северная Европа и Центральная Азия» либо «Ближний Восток и Восточная Европа». Разные взгляды бизнесменов на границы Европы отчасти объясняют их различное отношение к санкциям ЕС против России.

* Институт мировой экономики и международных отношений Российской академии наук. 117997, Россия, Москва, В-71, ГСП-7, ул. Профсоюзная, 23.

Поступила в редакцию 15.11.2014 г.

doi: 10.5922/2074-9848-2015-1-2

© Кузнецов А. В., 2015

Ключевые слова: страны Балтии, транснациональная корпорация, географический сегмент, границы Европы, прямые иностранные инвестиции

Кризис во взаимоотношениях Европейского союза и России, ярко проявившийся в 2014 г. из-за украинских событий, заставил более детально рассмотреть причины наблюдавшейся уже

многие годы пробуксовки в построении стратегического партнерства между ними. По-видимому, одной из важных причин стало восприятие России значительной частью политических и деловых элит в ЕС как «неевропейской» страны. Есть много параметров, по которым можно оценивать «европейский» характер стран, а следовательно, и границы Европы — физико-географические, этно-конфессиональные, исторические, административно-управленческие и т. д. (см., например, [6; 7]). При этом исследователи обычно мало уделяют внимания восприятию Европы бизнес-сообществом, хотя именно торгово-экономические отношения во многом обеспечивают успех европейского интеграционного проекта. В этой связи нами предложен новый подход к изучению современной картины мира — анализ так называемой *корпоративной карты*, контуры которой в условиях глобализации все чаще не совпадают с границами политической карты [8].

В данной статье для детального изучения восприятия бизнесменами границ Европы выбраны три страны Балтии — Эстония, Латвия и Литва. С одной стороны, еще четверть века назад они были частью Советского Союза, зато уже в 2004 г. стали членами ЕС. Для анализа водораздела между западной и восточной частями Европы важен не столько факт включения трех республик в СССР в 1940 г., сколько их длительное нахождение в составе Российской империи, а после Второй мировой войны — построение социалистической экономики (как и в других восточноевропейских странах, вступивших в ЕС в 2004 г.). С другой стороны, особый характер хозяйственных и культурных связей стран Балтии со Швецией, Финляндией и ФРГ определяет двойственный характер их интеграции в Западную Европу — как по линии формальных интеграционных институтов ЕС и зоны евро, так и в рамках неформальной субрегиональной интеграции в Северной Европе, Балтийском регионе [9].

Новый метод анализа — изучение географических сегментов в корпоративной отчетности

Восприятие бизнесменами пространства находит свое отражение в формальных требованиях к выделению географических сегментов в финансовой отчетности, которое проводится в странах Запада с 1960—1970-х гг. Уже с конца 1970-х гг. в научной литературе начинают изучать географические сегменты при анализе деятельности именно транснациональных корпораций (ТНК), однако в основном с точки зрения прибыльности в разных регионах мира и влияния контрастов между странами на финансовое положение всей компании [1]. К немногим исключениям относится появившаяся в середине 1980-х гг. работа, в которой дан анализ географических сегментов по 58 ТНК из США и 35 ТНК из Великобритании с точки зрения принципов членения пространства представителями бизнеса [2]. В этой статье было показано, что в зависимости от разных параметров фирмы выделяют от 3 до 9 географических сегментов, причем их границы могут быть самыми разными. Так, у американских ТНК применительно к Европе выделялись: 1) Европа, 2) Ев-

ропа и Ближний Восток, 3) Европа и Африка, 4) Восточное полушарие, 5) Европа и Азия, 6) Европа, Африка и Ближний Восток. У британских ТНК в силу нахождения их родины в самой Европе данная часть света не только не объединялась с другими регионами, но и подразделялась на несколько сегментов, а именно: 1) Великобритания — Западная Европа — прочие регионы (без Северной и Южной Америки), 2) Великобритания — прочая Европа, 3) Великобритания — Европа, 4) Великобритания — Германия — Бенилюкс — другие страны ЕЭС — прочая Европа, 5) Великобритания — Западная Европа — Восточная Европа.

Как бизнесмены выделяют регионы мира, оказывается важно не только для оценки доходности, например, зрелых и растущих рынков. Дело в том, что еще в 1970-е гг. представители Уппсальской школы интернационализации фирмы показали, насколько важен фактор информированности предпринимателей при определении характера и географических векторов экспансии ТНК [5]. Они установили, что знания о зарубежных рынках часто зависят от культурной и языковой близости соответствующих регионов, общности исторического развития и многих других неэкономических факторов. Более детальные исследования Г. Хофстеде выявили, как коллективные особенности поведения, определяемые культурой (в противовес индивидуальным и универсальным свойствам поведения), влияют на организацию фирм, их склонность активно вести бизнес в тех или иных регионах [3; 4]. При этом общая специфика территориального развития ТНК и конкретные географические предпочтения прямых инвесторов в силу асимметричной информированности обусловлены не только различиями между странами-реципиентами капитала, но и странами, где базируются головные штаб-квартиры ТНК [10]. В частности, для шведских или германских ТНК «домашним рынком» может оказаться разный набор близлежащих стран.

Помимо географических сегментов, в финансовой отчетности в качестве материала о восприятии бизнесменами границ регионов можно использовать различную справочную информацию и презентационные материалы, размещенные на официальных сайтах компаний. Нередко ТНК используют двух-трехуровневое членение мира: обычно на официальные сегменты в финансовой отчетности и на регионы для клиентов, использующих интерактивные ресурсы в сети Интернет, но также иногда дают сведения (например, в годовых отчетах) по отдельным странам или субрегиональным объединениям. Особенно это хорошо видно на примере стран Балтии, поскольку они находятся на стыке Западной Европы и Восточной, Северной Европы и Центральной, европейской интеграционной группировки и постсоветского пространства и т. д.

Страны Балтии как арена конкурентной борьбы ТНК из России, Северной и Западной Европы

По данным статистики центральных банков Литвы, Латвии и Эстонии, в странах Балтии инвесторы из 16 государств вложили более чем по 0,5 млрд дол. прямых инвестиций (табл. 1). При этом 15 стран были европейские, в том числе не входящие в ЕС Норвегия, Россия и Швейцария. Примечательно, что литовские и эстонские прямые инвесторы

довольно активны в своем регионе. Определенная часть прямых иностранных инвестиций (ПИИ), правда, использует европейские страны как перевалочные базы — это относится прежде всего к Кипру и Люксембургу. Вместе с тем такого рода капиталовложения все равно обычно европейские по происхождению — например, из России. Так, входящий в пятерку крупнейших российских инвестиционных проектов в Латвии терминал по перевалке удобрений и сходных химикатов в Риге, построенный в конце 2013 г. с участием компании «УралХим», получил капитал от кипрской «Uralchem Freight Ltd.».

Таким образом, страны Балтии стали ареной экспансии преимущественно ТНК нескольких соседних государств. Шведские ТНК лидируют по объемам накопленных прямых инвестиций во всех трех странах. Инвесторы из Финляндии наиболее активны в Эстонии, тогда как ТНК из Нидерландов на втором месте в Латвии и Литве. Далее следуют норвежские, германские и российские ТНК, хотя в Литве благодаря эффекту соседства выделяются также польские компании.

Таблица 1

**Накопленные ПИИ в Литве, Латвии и Эстонии
на конец первого полугодия 2014 г.**

Страна — источник ПИИ	ПИИ в Литве		ПИИ в Латвии		ПИИ в Эстонии		ПИИ в трех странах, млн евро
	млн евро	%	млн евро	%	млн евро	%	
<i>Всего</i>	12 148	100,0	11 690	100,0	15 720	100,0	39 558
<i>Европа</i>	11 538	95,0	9 831	84,1	14 680	93,4	36 049
Швеция	3 086	25,4	2 539	21,7	4 169	26,5	9 794
Финляндия	606	5,0	271	2,3	3 405	21,7	4 282
Нидерланды	1 117	9,2	954	8,2	1 775	11,3	3 846
Норвегия	778	6,4	612	5,2	717	4,6	2 107
Германия	1 043	8,6	687	5,9	320	2,0	2 050
Россия	356	2,9	721	6,2	791	5,0	1 868
Кипр	446	3,7	856	7,3	550	3,5	1 852
Дания	502	4,1	473	4,0	375	2,4	1 350
Эстония	668	5,5	538	4,6	—	—	1 206
Польша	1 188	9,8	4	0,0	– 24	—	1 168
Люксембург	252	2,1	286	2,4	390	2,5	928
Великобритания	221	1,8	322	2,8	359	2,3	902
Литва	—	—	411	3,5	433	2,8	844
Швейцария	250	2,1	170	1,5	215	1,4	635
Франция	281	2,3	53	0,5	172	1,1	506
<i>Прочие регионы</i>	610	5,0	1 859	15,9	1 040	6,6	3 509
США	176	1,4	117	1,0	351	2,2	644

Источники: Foreign Direct Investment in Lithuania by country. URL: http://www.lb.lt/stat_pub/statbrowser.aspx?group=8092&lang=en; FDI data by country tables (stocks). URL: <http://statdb.bank.lv/lb/Data.aspx?id=128>; Direct investment position in Estonia and abroad by country. URL: http://statistika.eestipank.ee/?lng=en#listMenu/2015/treeMenu/МАКСЕБИЛ_ЖА_ИНВПОС/146

При этом необходимо подчеркнуть, что даже для многих ТНК из соседних государств узкий внутренний рынок стран Балтии вкупе с низкими торговыми протекционистскими барьерами не создает стимулов для организации производственных дочерних фирм или сервисных филиалов. Это хорошо видно на примере 10 ведущих (по величине зарубежных активов) нефинансовых ТНК из России — лишь 4 из них имеют дочерние структуры в странах Балтии, причем только «Газпром» и «ЛУКОЙл» основали сбытовые компании сразу и в Эстонии, и в Латвии, и в Литве (табл. 2). Однако для целей нашего исследования отсутствие прямых инвестиций именно в данном регионе в большинстве случаев не является критичным — географические сегменты выделяются не только для привязки активов, но и для выручки. Правда, в случае компаний сферы услуг в странах Балтии может не быть даже сбыта продукции, так что при отсутствии единого сегмента «Европа» возможны вопросы о представлениях бизнесменов о географической привязке Эстонии, Латвии и Литвы к тому или иному региону.

Таблица 2

Ведущие российские нефинансовые ТНК по итогам 2013 г.

Компания	Отрасль специализации	Зарубежные активы, млн дол.	Наличие значительных активов в странах Балтии
Газпром	Нефтегазовая	40 128	По 37% «Lietuvos dujos» и «Amber Grid» в Литве, 34% «Latvijas Gāze» в Латвии, по 37% «Eesti Gaas» и «Vorguteenus Valdus» в Эстонии
Вымпелком	Телекоммуникации	36 948	—
ЛУКОЙЛ	Нефтегазовая	32 640	Дочерние фирмы, контролирующие сети АЗС в Литве, Латвии и Эстонии
Евраз	Черная металлургия	8 715	—
Роснефть	Нефтегазовая	8 399	«Itera Latvija» (младший партнер «Газпрома» в Латвии и Эстонии)
Совкомфлот	Транспорт	5 293	—
Северсталь	Черная металлургия	4 784	50,5% «Severstallat» в Латвии
РУСАЛ	Цветная металлургия	3 655	—
РЖД	Транспорт	3 222	—
Система	Конгломерат	2 966	—

Источник: расчеты автора на основе корпоративной отчетности.

В этой связи мы сконцентрировались на изучении ведущих компаний из пяти стран — членов ЕС (трех североευропейских, Нидерландов и Германии), а также Норвегии и России, которые, в отличие от ТНК из

других европейских государств, не только более активны в сфере прямого инвестирования в странах Балтии, но и почти всегда осуществляют в регионе по крайней мере сбыт своих товаров или услуг.

Варианты географической привязки стран Балтии

За основу ранжирования европейских компаний нами взят показатель их рыночной капитализации (табл. 3). Во-первых, он универсален для сопоставления нефинансовых и финансовых компаний. Во-вторых, по мере повсеместного внедрения в Европе элементов акционерной модели капитализма и довольно широкого использования для ПИИ такой формы, как обмен акциями, наблюдается рост зависимости между рыночной капитализацией компаний и их способностью стать ведущими ТНК [11]. При этом в первую десятку европейских фирм по величине рыночной капитализации, по данным «Financial Times», не вошла ни одна из компаний семи рассматриваемых нами стран (табл. 4). Из-за этого для сравнения мы у ведущих швейцарских, британских, французских и бельгийских фирм также посмотрели географическую привязку стран Балтии.

Наиболее типичным оказалось помещение Эстонии, Латвии и Литвы в регион Европа. Во многих случаях он включает в себя страны СНГ (но не всегда — например, в случае «Unilever»), иногда также Турцию. Тем не менее есть примеры отнесения к Европе только стран ЕС, ЕАСТ и Западных Балкан, а у германских «Deutsche Telekom» и «E. On» вообще рассматривается в качестве географического сегмента Евросоюза. В случае «Роснефти» разделение Европы и СНГ связано с традиционным членением зарубежья на ближнее и дальнее. Иногда страна базирования головной штаб-квартиры (например, Германия или Нидерланды) относится в отдельный (по сути, «домашний») рыночный сегмент. В нескольких случаях отдельно рассматриваются и другие значимые страны.

У ряда ТНК наблюдается выделение более обширного, нежели Европа, региона. Так, у «Siemens» это Европа, СНГ, Африка и Ближний Восток, у других германских ТНК (SAP и «Linde») идентичный регион назван Европой, Ближним Востоком и Африкой. Норвежская «Statoil» выделяет в качестве географического сегмента Евразию.

При наличии обширного географического сегмента у компаний (обычно германских) часть информации может даваться для субрегионального ареала, куда входят Эстония, Латвия и Литва. Для «Siemens» это Финляндия и страны Балтии, для «Daimler», «Deutsche Bank», «Henkel» — Восточная Европа, для BMW и «Allianz» — Центральная и Восточная Европа (ЦВЕ). Норвежский банк DNB выделяет наряду с Европой без Норвегии также Восточную Европу и как часть этого региона — страны Балтии и Польшу. Шведская фирма «Hennes & Mauritz» вообще дает информацию по каждой из стран Балтии отдельно.

Место стран Балтии в географических сегментах 50 ведущих компаний Швеции, Финляндии, Нидерландов, Норвегии, Германии, России и Дании по величине рыночной капитализации (на 31 марта 2014 г.)

Компания	Капитализация, млрд дол.	Страна	Отрасль	Географический сегмент отчетности или неформальный регион, куда относят Балтию*
Volkswagen	119,2	Германия	Автомобильная	Европа без Германии
Unilever	118,8	Нидерланды	Пищевая	Европа (без СНГ)
Siemens	118,6	Германия	Электротехническая	Европа, СНГ, Африка и Ближний Восток (иногда без Германии) / Финляндия и страны Балтии
Bayer	112,1	Германия	Химическая	Прочие (без Германии, США и Китая) / Европа
BASF	102,1	Германия	Химическая	Европа без Германии
Daimler	101,6	Германия	Автомобильная	Прочие страны (без Западной Европы, Азии и Америки) / Восточная Европа (включая Турцию)
Novo Nordisk	100,8	Дания	Фармацевтическая	Европа (ЕС, ЕАСГ и Западные Балканы)
SAP	99,6	Германия	Информационные технологии	Европа, Ближний Восток и Африка (иногда без Германии и Франции)
Газпром	91,3	Россия	Нефтегазовая	Зарубежные страны / бывший Советский Союз без России
Statoil	90,0	Норвегия	Нефтегазовая	Евразия без Норвегии / Европа без Норвегии / мир без Норвегии, Швеции, Дании и США
BMW	81,2	Германия	Автомобильная	Европа без Германии / ЦВЕ
Allianz	77,5	Германия	Страховое дело	Прочая Европа без пяти ведущих стран Западной Европы и Швейцарии / ЦВЕ / растущие рынки (при выделении языковых ареалов в Западной Европе)
Deutsche Telekom	72,2	Германия	Мобильная связь	Европа без Германии / ЕС без Германии
Роснефть	70,7	Россия	Нефтегазовая	Страны дальнего зарубежья — Европа

Hennes & Mauritz	62,2	Швеция	Торговля	Европа / отдельная информация по Эстонии, Латвии и Литве
Nordea Bank	57,3	Швеция	Банковское дело	Страны Балтии
ING	54,4	Нидерланды	Страховое дело	Европа без Нидерландов и Бельгии (иногда также Германии)
Сбербанк	53,4	Россия	Банковское дело	ЦВЕ
AP Moller-Maersk	51,7	Дания	Транспорт и связь	Европа
Continental	48,2	Германия	Шинная	Европа (иногда без Германии, включая Турцию)
ЛУКойл	47,4	Россия	Нефтегазовая	Зарубежные страны / Балтия (отдельно от Европы и стран ближнего зарубежья)
Deutsche Bank	45,8	Германия	Банковское дело	Европа / Восточная Европа
Henkel	45,5	Германия	Химическая	Европа (включая Турцию) или растущие рынки / Восточная Европа
Deutsche Post	45,2	Германия	Транспорт и связь	Европа без Германии
Ericsson	43,8	Швеция	Электротехническая	Прочие (без Швеции и США) / Северная Европа и Центральная Азия (включая Россию, но Польша и Беларусь уже в Западной и Центральной Европе)
Asml Holding	41,4	Нидерланды	Электронная	Европа без Нидерландов
Heineken	40,1	Нидерланды	Пивоваренная	ЦВЕ
Munich Re	39,3	Германия	Страховое дело	Европа
E. On	39,0	Германия	Электроэнергетика	ЕС без Германии (иногда и без ряда других стран)
Linde	37,2	Германия	Химическая	Европа, Ближний Восток и Африка / Европа (включая Турцию) либо для газового сегмента Континентальная и Северная Европа (без Великобритании, но с Алжиром) — для Эстонии и Латвии, Ближний Восток и Восточная Европа — для Литвы
Atlas Copco	34,8	Швеция	Общее машиностроение	Европа
Volvo	33,9	Швеция	Автомобильная	Европа / Европа без Швеции и Франции
Telenor	33,6	Норвегия	Мобильная связь	Регион на границе Северной и Центральной Европы, дочерних структур нет
Reed Elsevier	33,5	Нидерланды	Издательское дело	Европа / Европа без Великобритании и Нидерландов

Компания	Капитализация, млрд дол.	Страна	Отрасль	Географический сегмент отчетности или неформальный регион, куда относят Балтию*
Philips Electronics	33,0	Нидерланды	Электронная	Растущие рынки
TeliaSonera	32,6	Швеция	Мобильная связь	Страны Балтии
Сургутнефтегаз	31,9	Россия	Нефтегазовая	Экспортные рынки
Svenska Handelsbanken	31,3	Швеция	Банковское дело	Прочая Европа (без Швеции, Норвегии, Финляндии, Дании, Великобритании и Нидерландов)
НОВАТЭК	30,3	Россия	Нефтегазовая	Европа без России
Swedbank	30,3	Швеция	Банковское дело	Домашние рынки (отдельно Швеция, Эстония, Латвия и Литва)
SEB	29,7	Швеция	Банковское дело	Страны Балтии (и отдельно по каждой из трех стран)
Sampo	29,0	Финляндия	Страховое дело	Страны Балтии (иногда отдельно по каждой стране)
DNB	28,3	Норвегия	Банковское дело	Европа без Норвегии / Восточная Европа / страны Балтии и Польша (иногда отдельно по каждой стране)
Danske Bank	28,2	Дания	Банковское дело	Страны даны отдельно, иногда страны Балтии отнесены к прочим
Nokia	27,8	Финляндия	Электронная	Европа
Investor	27,5	Швеция	Финансовые услуги	Выделяют только две страны — Швеция и Дания
ArcelorMittal	26,8	Нидерланды	Черная металлургия	Европа
Норильский никель	26,4	Россия	Цветная металлургия	Европа без СНГ
Beiersdorf	24,6	Германия	Химическая	Европа (включая Турцию)
RWE	24,5	Германия	Электроэнергетика	ЦВЕ

* У ряда ТНК в странах Балтии нет дочерних структур; если они даже не осуществляют туда поставки продукции, то географический сегмент нами определен по соседним странам. Если не указано иное, то сегменты «Европа» и «Восточная Европа» включают Россию.

Источники: корпоративная отчетность компаний; FT Europe 500 2014. URL: <http://im.ft-static.com/content/images/6fb64d7a-fded-11e3-bd0e-00144feab7de.xls>

Таблица 4

**Место стран Балтии в географических сегментах 10 ведущих компаний
других европейских стран по величине рыночной капитализации
(на 31 марта 2014 г.)**

Компания	Капитализация, млрд дол.	Страна	Отрасль	Географический сегмент отчетности или неформальный регион, куда относятся Балтию
Roche	258,5	Швейцария	Фармацевтическая	Европа / ЕС
Nestle	243,0	Швейцария	Пищевая	Европа / прочие страны
Shell	239,0	Великобритания	Нефтегазовая	Европа
Novartis	230,0	Швейцария	Фармацевтическая	Европа / остальной мир
HSBC	191,3	Великобритания	Банковское дело	Прочие страны
Anheuser-Busch InBev	168,6	Бельгия	Пивоваренная	ЦВЕ (с 2014 г. — Европа, включая Россию и Украину)
Total	156,0	Франция	Нефтегазовая	Европа и СНГ
BP	147,8	Великобритания	Нефтегазовая	Европа, кроме Великобритании
Sanofi	138,1	Франция	Фармацевтическая	Европа / Развивающиеся страны (то есть вне Западной Европы)
GlaxoSmithKline	128,9	Великобритания	Фармацевтическая	Европа / остальной мир

Источники: корпоративная отчетность компаний; FT Europe 500 2014. URL: <http://im.ft-static.com/content/images/6fb64d7a-fded-11e3-bd0e-00144feab7de.xls>

У некоторых фирм восточноевропейские субрегионы с участием Латвии, Литвы и Эстонии могут формировать самостоятельные географические сегменты. Например, сегмент «Страны Балтии» есть у шведских «Nordea Bank», «TeliaSonera» и SEB, российского нефтяного гиганта «ЛУКОЙЛ», финляндской фирмы «Sampro». Центральная и Восточная Европа выступает самостоятельным географическим сегментом для российского «Сбербанка», нидерландского «Heineken» и германского RWE.

Вместе с тем несколько компаний демонстрируют совсем нетипичное сегментирование. Так, «Газпром» относит страны Балтии не к Европе, а к бывшему Советскому Союзу, что обусловлено спецификой унаследованной с советского периода газотранспортной системы (несмотря на реформы ЕС в соответствии с Третьим энергетическим пакетом, которые уже затронули бизнес «Газпрома» в Литве и Эстонии). Шведский «Ericsson» относит страны Балтии к Северной Европе и Центральной Азии, а не к Центральной или Западной Европе. Это свя-

зано с расширенным восприятием рядом шведских компаний своего домашнего рынка. В предельном случае «Swedbank» относит Эстонию, Латвию и Литву, наряду со Швецией, к сегменту, который непосредственно называется «домашний рынок». Напротив, «Svenska Handelsbanken» относит страны Балтии к прочей Европе, поскольку из Скандинавии банк направил свою экспансию прежде всего в сторону Великобритании.

Нидерландский «Philips Electronics» относит страны Балтии к растущим рынкам. Подобный вариант, наряду с другими, есть и у германского «Henkel». Отнесение Эстонии, Латвии и Литвы к прочим или развивающимся странам более характерно для компаний из удаленных от Балтийского региона государств (табл. 4), при этом большинство ТНК все-таки признают европейский характер трех стран Балтии. Самые экзотические сегменты у германской газовой компании «Linde», которая не для всех своих направлений бизнеса выделяет Европу как целый регион: так, Эстония и Латвия вместе, например, с Алжиром могут относиться к Континентальной и Северной Европе, тогда как Литва оказывается на Ближнем Востоке и в Восточной Европе.

Таким образом, проведенное исследование показало различия в восприятии границ Европы и ее субрегионов европейскими инвесторами. Лишь отчасти они обусловлены национальной принадлежностью ТНК: шведские фирмы нередко склонны рассматривать страны Балтии как продолжение Северной Европы, а российские ТНК часто проводят водораздел между СНГ и ЕС, относя Эстонию, Латвию и Литву к тому или иному географическому сегменту довольно произвольно. Выявленное нами разное восприятие Европы отдельными ТНК, в том числе представителями разных отраслей, по-видимому, будет отражаться и на позициях европейских бизнесменов при решении проблем в отношениях между Россией и ЕС, что по мере развития «войны санкций» еще требует дальнейшего исследования.

Статья подготовлена за счет гранта Российского научного фонда (проект №14-28-00097 «Оптимизация российских внешних инвестиционных связей в условиях ухудшения отношений с ЕС») в Институте мировой экономики и международных отношений РАН.

Список литературы

1. Boatsman J.R., Behn B.R., Patz D.H. A Test of the Use of Geographical Segment Disclosures // Journal of Accounting Research. 1993. Vol. 31, № 1. P. 46—64.
2. Gray S.J., Radebaugh L.H. International Segment Disclosures by U.S. and U.K. Multinational Enterprises: A Descriptive Study // Journal of Accounting Research. 1984. Vol. 22, № 1 (Spring). P. 351—360.
3. Hofstede G. Culture and Organizations // International Studies of Management and Organization. 1980/81. Vol. 10, № 4 (Winter). P. 15—41.
4. Hofstede G. Motivation, Leadership, and Organization: Do American Theories Apply Abroad? // Organizational Dynamics. 1980. Summer. P. 42—63.



5. *Johanson J., Vahlne J.-E.* The Internationalization Process of the Firm — A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments // *Journal of International Business Studies*. 1977. Vol. 8, №1 (Spring-Summer). P. 23—32.

6. *Klaus E.* Europe's Borders: The Narrative Construction of the Boundaries of Europe // *European Journal of Social Theory*. 2006. Vol. 9, №2. P. 255—271.

7. *Большая Европа. Идеи, реальность, перспективы* / под общ. ред. А. А. Громыко и В. П. Федорова. М., 2014.

8. *Кузнецов А. В.* Корпоративная карта мира // *Глобальная перестройка* / под ред. А. А. Дынкина, Н. И. Ивановой. М., 2014. С. 53—70.

9. *Кузнецов А. В.* Трансграничная корпоративная интеграция в Балтийском регионе // *Балтийский регион*. 2012. №1. С. 17—26.

10. *Кузнецов А. В.* Мировоззественные связи германских компаний. М., 2004.

11. *Юданов Ю. И.* Особенности швейцарской предпринимательской модели // *Современная Европа*. 2003. №1. С. 60—69.

Об авторе

Алексей Владимирович Кузнецов, член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, заместитель директора, руководитель Центра европейских исследований, Институт мировой экономики международных отношений РАН, Россия.

E-mail: kuznetsov@imemo.ru



THE BALTICS IN THE GEOGRAPHY OF THE LARGEST TRANSNATIONAL CORPORATIONS OF EUROPE

A. Kuznetsov *

** Institute of World Economy and International Relations
of the Russian Academy of Sciences.
23 Profsoyuznaya ul., Moscow, 117997 Russia*

Submitted on November 15, 2014

The aim of this study is to examine the place of the Baltic States on the corporate world map, a contemporary, foreign-investment-driven alternative to the more familiar political map. To this end, the author studies the geographical place of the Baltics in the documentation of transnational corporations. The research database consists of financial reports and presentations of 60 leading European (including Russian) transnational corporations. Special attention is paid to companies from countries with significant FDI stock in the Baltic States. This study is a first step towards analyzing international investors' interpretation of the new European borders. The connection between the neighborhood effect on FDI distribution and geographi-

cal segmentation in the corporate paperwork is established. Some companies use a multilevel division (e. g. Europe/Eastern Europe), where the Baltics is usually associated with “Europe” (with or without Russia and Turkey). However, in some cases the Baltic States are clustered under “home market” (as is the case with some Swedish companies), “former Soviet Union” (some Russian companies), “Northern Europe and Central Asia,” and even “Middle East and Eastern Europe.” Varying understanding of where exactly the borders of Europe lie could explain the plurality of attitudes of the European business establishment to the EU sanctions against Russia.

Key words: Baltic Sea States, transnational corporation, geographical segment, borders of Europe, foreign direct investment.

References

1. Boatsman, J.R., Behn, B.R., Patz, D.H. 1993, A Test of the Use of Geographical Segment Disclosures, *Journal of Accounting Research*, Vol. 31, no. 1, p. 46—64.
2. Gray, S.J., Radebaugh, L.H. 1984, International Segment Disclosures by U.S. and U.K. Multinational Enterprises: A Descriptive Study, *Journal of Accounting Research*, Vol. 22, no. 1, Spring, p. 351—360.
3. Hofstede, G. 1980/81, Culture and Organizations, *International Studies of Management and Organization*, Vol. 10, no. 4, Winter, p. 15—41.
4. Hofstede, G. 1980, Motivation, Leadership, and Organization: Do American Theories Apply Abroad? *Organizational Dynamics*, Summer, p. 42—63.
5. Johanson, J., 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*, Vol. 8, no. 1, Spring-Summer, p. 23—32.
6. Klaus, E. 2006, Europe’s Borders: The Narrative Construction of the Boundaries of Europe, *European Journal of Social Theory*, Vol. 9, no. 2, p. 255—271.
7. Gromyko, A. A., Fedorov, V. P. (eds.), 2014, *Bol'shaja Evropa. Idei, real'nost', perspektivy* [Greater Europe. Ideas, Reality and Prospects], Moscow.
8. Kuznetsov, A. V. 2014, Korporativnaja karta mira [Corporate world map]. In: Dynkin, A. A., Ivanova, N. I. (eds.), *Global'naja perestrojka* [Global restructuring], Moscow, p. 53—70.
9. Kuznetsov, A. 2012, Transborder corporate integration in the Baltic Sea Region, *Balt. Reg.*, no. 1, p. 11—18. DOI: 10.5922/2079-8555-2012-1-2.
10. Kuznetsov, A. V., 2004, *Mirohozjajstvennye svjazi germanskih kompanij* [International economic relations of German companies], Moscow.
11. Yudanov, Yu. I. 2003, Osobennosti shvejcarskoj predprinimatel'skoj modeli [Features Swiss business model], *Sovremennaja Evropa* [Modern Europe], no. 1, p. 60—69.

About the authors

Prof Alexey Kuznetsov, corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Dr. Sc. (Econ.), deputy director of the Institute of World Economy and International Relations (IMEMO), head of the Center for European Studies of the IMEMO, Moscow

E-mail: kuznetsov@imemo.ru