

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ПРОБЛЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ ГЕОГРАФИИ

Николай Александрович Слукa¹

¹Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Географический факультет,
Москва, Россия

Аннотация: Транснационализация мировой экономики и возникновение мощного созвездия ТНК – один из наиболее значимых феноменов эпохи глобализации, требующий междисциплинарного подхода в изучении. Одновременно это процесс глубоко географический, что диктует необходимость создания нового научно-исследовательского и образовательного направления в рамках общественной географии – корпоративной географии. В статье аргументируется актуальность, новизна, научно-практическая значимость основания корпорациеведения, раскрываются методологические основы исследования, возможности и направления реализации его функций как самостоятельной сферы научного познания. Конкретизируются сложившиеся к настоящему времени особенности понятийно-терминологического аппарата, принципы, методы и подходы исследования корпоративной географии, рассматриваются ее ближайшие и перспективные задачи развития, а также наиболее остро стоящие проблемы.

Ключевые слова: корпоративная география; объект, предмет, главная цель, задачи и функции дисциплины; принципы, методы и подходы реализации исследований, актуальные проблемы

Original scientific paper

GOALS, TASKS, AND PROBLEMS OF CORPORATIVE GEOGRAPHY

Nikolai Aleksandrovich Sluka¹

¹Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, Moscow, Russia

Abstract: Transnationalization of global commerce and the creation of a powerful TNC network are the phenomena typical of globalization and they call for an interdisciplinary approach. On the other hand, it is a geographical process that demands the design of a new scientific-research and study approaches within social geography, i.e. the creation of corporative geography. The paper advocates the current trends, novelties, and origins of the science on corporations; it represents the methodological background and potential development path in the realization of a self-standing sphere of the scientific knowledge. In addition, it outlines the features of nomenclature and terminology, principles, methods, and approaches in corporative geography, the recent and potential tasks, as well as the existing issues.

Key words: corporative geography; object, subject matter, main goal, tasks and functions of the discipline; principles, methods, and approaches to the realization of the research; current issues

ВВЕДЕНИЕ

В калейдоскопе новейших глобализационных процессов для географии мирового хозяйства и экономической географии в целом одним из наиболее ярких и фундаментально значимых является феномен транснациональных корпораций (ТНК). Неоспорим факт быстрого роста

INTRODUCTION

Within the kaleidoscope of the recent globalization processes affecting global commerce and economic geography in general, one of the most significant and fundamentally relevant phenomena is certainly the phenomenon of the transnational corporations (TNC). It is indisputable that

значимости и влияния крупнейших международных компаний во всех сферах мирового развития и во всех возможных масштабах, начиная с местного, локального и заканчивая глобальными уровнями. Хорошо известна мощь ТНК, которые на протяжении уже достаточно длительного времени устойчиво занимают более 2/5 мест в списке Топ-100 крупнейших экономик мира, обеспечивают около половины мирового промышленного производства, жестко контролируют, выступая ключевым организующим звеном, многие глобальные рынки (Трифонова, 2013; Хесин, 2010; ЮНКТАД, 2013). Более того, международные компании часто выходят за пределы компетенций чисто хозяйственной деятельности, «координируя» геополитическую, информационную, интеллектуально-инновационную, социо-культурную и иного рода обстановку в мире. Иными словами, ТНК выступает как сравнительно новый, агрессивный, амбициозный и мощнейший актер в мирохозяйственном и даже шире – миросистемном – развитии.

По мнению экспертов ООН, масштабное и стремительное возвышение ТНК и расширение систем международного производства в современных условиях опирается на сочетание, по крайней мере, трех сил. Во-первых, либерализация политики: открытие национальных рынков и введение свободного режима для всех видов прямых иностранных инвестиций (ПИИ) и форм организации бизнеса без участия в капитале. Во-вторых, быстрый технологический прогресс, который, с одной стороны, приносит новые издержки и риски, а с другой – обеспечивая сокращение транспортных и коммуникационных затрат, стимулирует активизацию деятельности корпораций на мировых рынках. В-третьих, обострение конкуренции, которая вынуждает фирмы изыскивать новые пути повышения эффективности, в том числе посредством переориентации некоторых видов производственной деятельности и расширения географии операций с выходом на новые рынки. Это приводит также к становлению новых

there is a strong influence of the fast-growing large international companies in all the spheres of world progress at all levels (from local to global). TNC power is well-known and these companies have been covering more than 2/5 on the world top 100 list and providing around half world industrial production; in addition, they fully control many global markets, in organization of which they are the key link. (Трифонова, 2013; Хесин, 2010; ЮНКТАД, 2013) Furthermore, international companies frequently step beyond the competencies of local activities, and they „coordinate“ geopolitical, informative, intellectual and innovative, social-cultural, and other global affairs. In other words, TNC are a recent, aggressive, ambitious, and extremely powerful actor in both local and global systems of development.

According to UN experts, the overwhelming and sudden rise of TNCs and the expansion of the international production system under modern conditions both rely on the combination of at least three entries. First, there is the politics liberalization – the opening of national markets, the introduction of free regime for all sorts of the direct foreign investment (DFI) and business without the participation in capital. Second, there is the fast technological progress, which causes new costs and risks but also provides the decrease in transport and communication losses, stimulates the corporative activities in world markets. Third, a stronger competition causes the companies to find new ways to increase efficiency; usually by rearranging production activities and expanding the geography of operations to new markets. The result is the new forms of organization and dislocation of international production (ЮНКТАД, 2002, pp. 10–14)

форм, как организации, так и дислокации международного производства (ЮНКТАД, 2002, с. 10–14).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
ИССЛЕДОВАНИЙ КОРПОРАТИВНОЙ
ГЕОГРАФИИ И ЕЕ ФУНКЦИИ

Транснационализация мировой экономики – процесс глубоко географический, пространственно выборочный, неравномерный, имеющий проявление в разных местах с разной силой и в разных формах. Этим и особой весомостью ТНК в мирохозяйственном развитии диктуется необходимость создания нового научно-исследовательского и образовательного направления – корпоративной географии, или по аналогии с регионо-, страно- и краеведением, – корпорациеведения. Под ним понимается синтез глубокого знания, с одной стороны, собственно природы и особенностей функционирования ТНК, их взаимодействия, одновременно конкуренции и интеграции, вклада в прогресс и проблемное поле мирового развития, а с другой – колоссального, исключительного, эксклюзивного ресурса современного пространства, дающего новую энергетику/синергетику (бизнес, прибыль, «мозги», информацию и пр.) для развития транснациональных деловых структур (Родионова, Слука, 2014, с. 55).

Корпоративная география – важный и органичный раздел географии мирового хозяйства, но при всей своей экономической и социальной значимости представляет собой сферу знаний пока мало и слабо освоенную как отечественными, так, в прочем, и зарубежными географами. На текущий момент времени научный поиск в этой области характеризуется определенной раздробленностью и очень широким диапазоном рассматриваемых проблем. Основные направления изучения корпоративной географии, разрабатываемые российскими учеными, предварительно можно объединить в несколько групп. Первая из них возникла на базе междисциплинарных исследований места ТНК в мировой экономике

MODERN STATE OF AFFAIRS WITHIN
THE STUDIES OF CORPORATIVE
GEOGRAPHY AND ITS FUNCTIONS

Transnationalization of world economy is largely a geographic process, spatially provisional and inequally distributed in different sizes and shapes. Taking into account the aforementioned facts and the TNC global relevance and impact, there is a need for a new scientific-research and educational branch – corporative geography, i.e. equivalent to science on regional geography, the science on corporations. Hereby, we refer to a synthesis of vast knowledge on nature and features of TNCs, their interrelations, simultaneous competition and integration, and contribution to the world progress and development as well as the colossal, exclusive resource of modern space which provides a new energy/synergy (business, profit, „brain“, information, etc.) for the development of transnational business structures. (Родионова, Слука, 2014, pp. 55)

Corporative geography is a relevant and natural part of world economy geography, but it is still a poorly and insufficiently adopted branch of knowledge for both local and global geographers. At the moment, scientific research within this field is fully stretched and the subject matters have a wide range. The primary field of research in corporative geography, as designed by Russian scientists, may be divided into several groups. The first group originated from the interdisciplinary studies on TNC position in world market (Родионова, 2009; Самусенко, 2012, etc.) and covers a wide range of interest. On the other hand, the second group is a narrow one and deals with management. It focuses on the geography-introduced ideology of commercial „classics“, i.e. the observations of TNCs via the prism of companies' management

(Родионова, 2009; Самусенко, 2012 и др.) и отличается чрезвычайно широкой палитрой красок и интересов. Вторая линия, напротив, довольно узкая – менеджментская. Она базируется на привнесенной в географию приоритетной идеологии экономической «классики» – восприятия ТНК и их мирохозяйственного разнообразия через призму управленческих моделей компаний (например, Гречко, 2006). Третье направление – анализ транснационализации мирового хозяйства с позиций своего рода инвестиционного подхода (Кузнецов, 2012; Кузнецов, 2011; Кузнецова, Кузнецов, Туровский, Четверикова, 2013), когда в центр географического исследования выносятся масштабы, приоритеты распределения и направленность потоков ПИИ. Четвертый ракурс и, пожалуй, наиболее сложный, не обеспеченный должным образом информацией, – изучение транснациональной деятельности компаний, как элемент отраслевого анализа; положения фирм на отдельных глобальных рынках (Потоцкая, 2006; Потоцкая, Самусенко, 2009). Пятое и довольно хорошо отработанное направление – исследование территориально-организационной структуры ТНК различных отраслей хозяйства (Кротков, 2013, Рыкунова, 2011, Ткаченко, 2005 и т.д.). Шестое – своего рода расселенческое – с акцентированием внимания на характере размещения штаб-квартир и филиалов крупнейших ТНК (Денисенко, 2012; Пилька, Слука, 2014а; Пилька, Слука, 2014б; Слука, 2005 и др.).

Очевидно, что корпоративная география нацелена на решение гораздо более широкого спектра научно-исследовательских задач динамического, количественного, структурного, функционального, территориального, организационного и иного вида рядов. Особо глубокого изучения требуют, например, сочетание факторов, условий и предпосылок как благоприятствующих, так и тормозящих, развитие транснационального бизнеса; характер отношений корпоративного и иных секторов экономики на разных иерархических уровнях; партнерство и противоречия в триумвирате сил бизнес-общество-власть;

models. (e.g. Гречко, 2006). The third group refers to the analysis of transnationalization of global commerce from the position of a specific investment approach (Кузнецов, 2012; Кузнецов, 2011; Кузнецова, Кузнецов, Туровский, Четверикова, 2013) as the center of geographical research focuses on the scale, distribution priorities, and current trends of DII. The fourth, and probably the most complex group unsupported by information is the study of transnational activities of companies as elements of commercial analysis; a company's position within specific global markets. (Потоцкая, 2006; Потоцкая, Самусенко, 2009) The fifth and most elaborated group is the study of territorial-organizational structure of TNCs from different commercial branches. (Кротков, 2013, Рыкунова, 2011, Ткаченко, 2005, etc.) The sixth group refers to distribution, i.e. the location of the main office and subsidiaries of the largest TNCs. (Денисенко, 2012; Пилька, Слука, 2014а; Пилька, Слука, 2014б; Слука, 2005 etc.)

It is evident that corporative geography focuses on the solution of a wide spectar of scientific issues, which are either dynamic, quantitative, structural, functional, territorial, or organizational. A special attention is being paid to the combination of factors, e.g. terms and prerequisites either supporting or supressing the development of transnational business. Furthermore, there is the nature of relations among the corporative and other commercial sectors at different levels of hierarchy; partnership and oppression within the business-society-government triangle; progress assessment and negative sides to the TNC activities; construction, distribution, and functions of TNCs in winning the global market, etc. Apart from the scientific tasks, corporative geography may perform many other functions typical of any other science, i.e: information, education, teaching, and application:

- The science on collector corporations focuses on the data collection, processing and release of well-checked information on

прогрессоопределяющая роль и негативные последствия деятельности ТНК; особенности строения, функционирования и расселения ТНК различных отраслей хозяйства; стратегия, тактика и специфика экспансии ТНК при освоении глобальных рынков, и многие, многие другие. Помимо решения чисто научно-исследовательских задач, корпоративная география призвана и способна осуществлять целый ряд функций, присущих любой науке: информационную, мировоззренческо-образовательную и прикладную:

- Коллекторское корпорациеведение нацелено на сбор данных, обработку, суммирование и передачу достоверных сведений о деятельности крупнейших ТНК мира. Это исходно-питательное звено для развития всех иных разделов дисциплины. Его рабочий выход – базы данных, ГИС ТНК, первичные обзоры, справки и пр.

- Хорошо читается исходная база и органично-дуалистический подход в модулировании учебной функции корпоративной географии. Не требует особой аргументации два момента. С одной стороны, ощутима традиционная востребованность в новых «мозгах и руках» отечественных и зарубежных ТНК, испытывающих острый дефицит квалифицированных кадров, знающих и способных мыслить пространственными категориями. С другой стороны, налицо стремление выпускников вузов к трудоустройству в крупные международные компании, что, помимо статуса, престижности, материальных стимулов, социального пакета и пр., дает дополнительные возможности для самореализации. Соответственно, в этой вилке кристаллизуется одна из ключевых задач корпоративной географии – создание учебных программ, обеспечивающих эффективное взаимодействие ТНК и вузов в сфере подготовки высокопрофессиональных кадров.

- Корпоративная география призвана участвовать в решении и прикладных проблем при размещении новых объектов в международной хозяйственной деятельности (предприятий, транспортных путей, телекоммуникаций и

largest TNCs' activities. It is a starting point for all other branches of the discipline. The work output refers to data, GIS, TNC, initial checks, confirmations, etc.

- The clear starting base and natural-dualistic approach to modelling the educational function of corporative geography. There is no need to place arguments for two things. On one side, there is an evident traditional necessity for new „brains and hands“ of both local and foreign TNCs suffering from the lack of well-trained staff capable of thinking of spatial categories. On the other hand, the young educated intellectuals have been craving a job in a huge international company, providing the status, prestige, material stimuli, etc. Hence, this branch launched one of the key tasks of corporative geography – the design of curricula providing an efficient collaboration among universities and TNCs in order to educate and train professionals.

- Corporative geography also deals with applied problems of distributing new objects in the international commercial activities (companies, transportation roads, telecommunications, etc.). The research and plans are nowadays often performed by TNCs themselves, resulting in the creation of other objects and daughter companies worldwide. (Алисов, 1999). In addition, the fundamental science may act via corporative geography and help international companies decrease costs of analyses, avoid the irresponsability of „the world of consulting“ and provide a qualified service, as indicated by recent studies (Кротков, 2013), e.g. the correction of standard strategies and efficient distribution of foreign TNC units in Russian conditions.

т.д.). Такого рода исследования и разработки в настоящее время часто предпринимают сами ТНК, создающие предприятия и другие объекты своих дочерних фирм и филиалов во многих странах и регионах мира (Алисов, 1999). Другое дело, что привлечение фундаментальной науки в лице корпоративной географии, как представляется, позволит международным компаниям существенно сократить издержки на аналитику, избежать безответственности «мира консалтинга», и обеспечить квалифицированный сервис, как показывает опыт отдельных изысканий (Кротков, 2013), например, для корректировки стандартных стратегий и эффективного размещения подразделений зарубежных ТНК в условиях России.

КОРПОРАТИВНАЯ ГЕОГРАФИЯ КАК ВАЖНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ГЕОГРАФИИ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

Корпоративная география как важное подразделение географии мирового хозяйства, наряду с общей, отраслевой и региональной, является составной частью экономической, социальной и политической географии. Все они в разной степени взаимосвязаны между собой и ставят своей целью всестороннее исследование пространственной организации хозяйства. Это обуславливает необходимость выявления особенностей его формирования и структурных различий и изменений на разных этапах исторического развития (Алисов, 1999). Однако корпоративная география имеет свои специфические цели, задачи, методологию и методику изучения пространственных объектов и структур, что отличает ее от других направлений географии.

Корпоративная география – самостоятельное и целостное направление познания динамично глобализирующего мирового хозяйства. Ее основная цель – пространственный анализ ключевого сегмента мировой экономики – сферы крупного транснационального бизнеса, входящих в него видов деловой активности. Она ставит своей задачей выявление воздействия

CORPORATIVE GEOGRAPHY AS A RELEVANT PART OF THE GEOGRAPHY OF THE WORLD ECONOMY

Corporative geography, a relevant segment of the geography of world economy, is an integral part of the economic, social, and political geography, along with the general, regional, and commercial geography. These are all mutually connected to a certain degree and have a common goal to thoroughly study the spatial arrangement of commercial organizations. Hence, there is a necessity to address the origins, foundation, and structural disparities in different stages of the historical development. (Алисов, 1999) Still, corporative geography has specific goals, tasks, methodology, and methodics of studying spatial objects and structures, which makes it different from other branches of geography.

Corporative geography is an independent branch focusing on the world economy within the context of the dynamic process of globalization. The basic goal is the spatial analysis of the key segment of world economy – the sphere of the major transnational business and all the accompanying business activities. Its task is to study the effects of geographical conditions, social-economic

географических условий, социально-экономических предпосылок и технико-экономических факторов развития производства и других видов деятельности, формирующих их современную и будущую глобальную социально-экономическую географию (Алисов, 1999; Ойкумена, 2011). Главными пространственными объектами анализа при этом являются не традиционные для экономической и социальной географии страны и регионы, в которых складываются основополагающие отраслевые, территориальные и организационные структуры хозяйства мира, а многоцикличный рисунок взаимодействия территориально-отраслевых структур ТНК в глобальном масштабе (Маергойз, 1986). Второй важнейшей задачей корпоративной географии является всесторонний пространственный анализ разветвленной и всеохватывающей системы международных внутри- и межфирменных потоков товаров, услуг, инвестиций, информации, инноваций, рабочей силы и т.д. Географическое исследование трансграничных хозяйственных связей на уровне ТНК наиболее полно может раскрыть особенности интернационализации и глобализации мировой экономики.

При решении указанных задач корпоративная география опирается на самостоятельную, но пока еще относительно слабо сформированную методологическую базу. Ее теоретическую основу составляют фундаментальные положения как классической и современной географии, так и других наук (философии, экономики, глобалистики, политологии, социологии, теории международного права и др.), а практическую – уникальный набор понятий, принципов и методов исследования.

Своего рода современный тезаурус корпоративной географии строится из широкого числа понятий. К наиболее важным среди них необходимо отнести, прежде всего, следующие: глобализация, интернационализация бизнеса, транснационализация производства и капитала, корпоративный сектор мирового хозяйства, глобальная экономика, транснациональное разделение труда, прямые иностранные инвестиции, меж- и внутрифирменные потоки,

prerequisites, and technical-economic factors of the production growth, which make the modern global social-economic geography. (Алисов, 1999; Ойкумена, 2011) The major spatial objects of analysis are not typical of the economic and social geography of the state and region, in which the fundamental, partial, territorial, and organizational structures of world economy are settled; it is rather a multi-cycle image of the influence among the territorial-partial TNC structures globally. (Маергойз, 1986) Another pertinent task of corporative geography is the comprehensive spatial analysis of the branchy system of the international inner flows of goods, services, investments, information, innovations, labor force, etc. including the local level among companies. The geographical research of the transboundary commercial connections at the TNC level is the most inclusive way to detect the features of the internationalization and globalization of the world economy.

In performing its tasks, corporative geography still relies on the individual but relatively poor methodological base. Its theoretical background encompasses the fundamental theses of both classical and modern geography, covering those of some other sciences (philosophy, economics, globalistics, politicology, sociology, international law theory, etc.). Furthermore, in practice, it uses a unique set of ideas, principles, and research methods.

A modern corporative geography thesaurus is being designed from a large number of terms. The most relevant terms are as follows: globalization, internationalization of business, transnationalization of production and capital, corporative sector of world economy, global commerce, transnational labor distribution, direct foreign investments, inter-company and intra-company flows, center-periphery model, system of international production clusters and centers of business activities, network-knot structure, growth pole, head offices and subsidiaries, TNC.

The basic principles and guidelines

центр-периферическая модель, системы международных производственных кластеров и центров деловой активности, сете-узловые структуры, полюса роста, штаб-квартиры и филиальная сеть, ТНК.

Главными принципами и ориентирами изучения в рамках корпоративной географии выступают: историзм, динамизм, многофакторность развития, унифицированность и одновременно индивидуальность, дистанционность, полимасштабность – от локальности до глобальности, разнообразие и дифференцированность, комплексность изучения, неординарность иерархичности корпораций, полиструктурность, факторы размещения, инновационность, эффективность бизнеса и моделей размещения подразделений ТНК, перспективность.

Чрезвычайно широка и палитра методов исследования в корпоративной географии, которые тесно увязаны с различными ее функциями как особой дисциплины. Реализация информационной функции опирается прежде всего на наблюдение, эксперимент, опрос, интервью, математико-статистические, библио- и интернет-метрические методы; исследовательской – большой арсенал известных общенаучных (анализ, синтез, обобщение, аналогия, моделирование) и конкретно-научных методов (геоинформационный, сравнительно-географический, историко-географический, картографический); образовательной – индуктивные, дедуктивные, репродуктивные, проблемно-поисковые. Особенно разнообразны приемы при выполнении прикладной функции корпоративоведения – начиная с художественного синтеза, живописания в рамках публицистической программы, сравнение, маркетинговые коммуникации, позиционирование – в рамках брендинговой программы и заканчивая административными, экономическими, социально-психологическими – в рамках его менеджментской программы.

Исследования в корпоративной географии отличаются рядом принципиально важных методологических особенностей. Сущность методологического подхода в корпоративной

in studying corporative geography are as follows: historicity, dynamics, multiple factors of development, unification and individuality, distance, comprehensiveness – local to global, diversity and differentiation, complexity of studies, disparities in corporative hierarchy, poli-structuralism, factors of distribution, innovations, business efficiency, TNC unit distribution efficiency, perspectives.

Furthermore, there is a vast specter of research methods used in corporative geography, which are separate disciplines tightly connected with different functions of corporative geography. The informative function firstly relies on the observation, experiment, questionnaire, interview, mathematical-statistical methods, librarian methods, and internet-metric methods; research methods such as general (analysis, synthesis, generalization, analogy, modelling) and specific scientific methods (geo-information, comparative-geographical, deductive, reproductive, problem research). There is a typical diversity in corporative geography application, starting with artistic synthesis, vivacity in publishing, comparison, marketing communications, positioning (within the framework of branding program), all up to administrative, economic, social-psychological features (within the framework of the management program).

Corporative geography studies are characterized with a range of pertinent methodological features. The essence of the methodological approach in corporative geography are the primary and priority analysis:

- TNC, as a whole commercial organism acting for the purpose of profit on global level. The primary interest is in reaching the general goal; clarity of the internal organization and accompanying services; the mutual impact between the internal organization of TNC and the environment gives this subject of world commerce plenty of distinctiveness, which in turn positively affects the progress towards larger efficiency, making TNC different

географии состоит в первоочередном и приоритетном анализе:

- ТНК как целостного хозяйственного организма, действующего для извлечения прибыли в общепланетарном масштабе. Обоснованная заинтересованность в достижении генеральной цели, отточенность внутренней организации и сопутствующих служб, особый способ взаимодействия с внешней средой придает этому субъекту мирового хозяйства немало уникальных свойств, обуславливающих способность к саморазвитию по пути повышения эффективности деятельности и отличающих от структур внекорпоративного сектора экономики.

- ТНК как первичного элемента глобальной экономики – целостной системы, являющейся передовой и наиболее динамичной частью мирового хозяйства и формирующейся на основе транснационального разделения труда.

- ТНК как элемента глобальных отраслевых рынков, выстраивающих систему межотраслевых отношений в рамках глобальной экономики.

- ТНК как генераторов «правил игры» на глобальных рынках и участников острой конкуренции, заставляющей снижать бизнес-структуры издержки и риски, увеличивая масштабы производства и вводя новейшие технологии, искать новые рынки, дешевую рабочую силу, размещать производство на территориях с минимальным налогообложением и т.д. (Трифонова, 2013).

- ТНК как организаторов эволюционного перехода от эпохи жесткой конфронтации в межфирменной борьбе к взаимовыгодному сотрудничеству. Это ведет к сплочению взаимодействий, усилению взаимозависимости компаний и углублению консолидации системы глобальной экономики в целом. В тоже время стремительное нарастание межкорпоративной контактности многократно усложняет географический анализ, требует знания уже не столько «разъединительных», сколько «объединительных» сил, платформ и технологий ТНК.

- Многослойности, жесткой соподчиненности и регламентированности отношений

from other structures of non-corporative commercial sector.

- TNC as the primary element of global economy – a comprehensive system, which is the advanced and most dynamic part of world economy and is formed on the basis of transnational labor distribution.

- TNC as an element of global market of commercial branches, which make a system of interborder relations within the framework of global economy.

- TNC as a generator of „game rules“ in the global market and a participant of a strong competition, which causes the decrease of the business structure costs and risks and the increase of production by introducing the recent technology; the detection of new markets, cheap labor; distribution of production in minimal tax territories, etc. (Трифонова, 2013)

- TNC as a trigger of the evolutionary shift from the epoch of tough competition among companies to the era of battle among companies aiming at mutual cooperation. This fact leads towards the joint actions, strengthening the inter-companies dependency, and a stronger general consolidation of the global commerce system. Simultaneously, the fast growth of the intercorporate contact additionally complicates the geographical analysis, demands knowledge on „combining“ forces, platforms, and TNC technologies.

- Multi-layering, dependency, and arrangement of the relations among the international companies. The hierarchy of the corporative sector of world economy has been clearly determined by the research run by experts at the Swiss Federal Institute of Technology in Zurich. Having used a special methodics and Orbis 2007 database, they inferred that less than 1% of companies practically make a global economic superstructure, which controls almost half the world economy. (<http://gtmarket.ru/news/corporate/2011/10/24/3685>; Vitali, Glattfelder, Battiston, 2011)

- The vast number of connections and

международных компаний. Иерархичность корпоративного сектора мировой экономики четко зафиксировали, в частности, исследования специалистов Швейцарского федерального института технологий в Цюрихе. Используя специальную методику и опираясь на базу данных Orbis 2007, они выявили, что менее 1% компаний фактически представляет собой глобальную экономическую суперструктуру, которая контролирует почти половину мировой экономики (<http://gtmarket.ru/news/corporate/2011/10/24/3685>; Vitali, Glattfelder, Battiston, 2011).

- Колоссального числа связей и отношений ТНК: жестких и мягких, вертикальных и горизонтальных, ближних и дальних, устойчивых и временных, очевидных и не очень. Огромно их видовое разнообразие, начиная от классических для географии хозяйства – организационно-управленческих, производственных, финансовых, сбытовых, информационных и заканчивая, межличностными (Vitali, Glattfelder, Battiston, 2011).

- Основной гаммы системообразующих связей, что опирается, по крайней мере, на два важных момента. Восприятие ТНК, во-первых, как особой хозяйственной системы, элементы которой связаны жестким ритмом внутреннего взаимодействия, а, во-вторых, как открытой хозяйственной системы, полагающейся на рыночные механизмы.

- Системности не только внутри-, но и межфирменного взаимодействия, придающей особую целостность глобальной экономике, обеспечивая ее непрерывное функционирование, объединяя ее составные части в целостность как по горизонтали (зоны и районы разного ранга, города, локалитеты), так и по вертикали (сферы, отрасли, виды деятельности) (Маергойз, 1986, с. 41).

relations among TNCs: tough and gentle, vertical and horizontal, close and distant, permanent and temporary, obvious and hidden. The extreme diversity of connections, starting from those typical of the geography of commerce (organizational management, production, financial, information) all to the interpersonal relations. (Vitali, Glattfelder, Battiston, 2011)

- The primary string of connections that form the system relying on two major features: first, the notion of TNC as a special commercial system the elements of which are connected through the internal mutual impact; second, an open commercial system, which rests upon market mechanisms.

- The systematicity inside and among companies, providing world economy with unity, helping its continuous functioning, bringing together all its parts both horizontally (differently ranked zones and regions, cities, localities) and vertically (spheres, branches, types of activities). (Maerгойз, 1986, с. 41)

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ В
КОРПОРАТИВНОЙ ГЕОГРАФИИ

Решение исследовательских задач и достижение главной цели корпоративной географии – дело весьма сложное, многотрудное, требует применения, синтеза разнообразных научных подходов, в том числе из смежных с социально-экономической географией дисциплин. Но, пожалуй, среди них особое место традиционно отводится историко-географическому, функционально-отраслевому и территориальному.

Исторический подход принципиально важен в анализе фаз, во-первых, возникновения и становления ТНК, смен их поколений (своего рода узкий подход), во-вторых – формирования корпоративного сектора мирового хозяйства в целом и изменений всех структур глобальной экономики (широкий подход). Если первый аспект изучен и отражен в специальной литературе довольно хорошо (Воротнев, 2000; КНОРУС, 2008 и многие др.), то второй – гораздо скромнее. Глобальная экономика гораздо моложе мирового хозяйства, ее возраст – чуть более столетия: появление первых ТНК в форме картелей и синдикатов, занимавшихся в основном разработкой и добычей сырьевых ресурсов в колониальных странах Азии, Африки, Латинской Америки, а также их переработкой в метрополиях, обычно датируется концом 19 в. (КНОРУС, 2008). Одна из актуальных и ближайших задач корпоративной географии – этапизировать, вскрыть причинно-следственные взаимосвязи и охарактеризовать сам ход процесса транснационализации мирового хозяйства – изменения роли ТНК в жизни городов, территорий, стран, регионов, мира в целом; возникновения и развития глобальной экономики на протяжении 20–21 вв.

Отраслевой подход нацелен на выявление характера и динамику изменений строения глобальной экономики на макро-, мезо- и микроотраслевом уровнях. Организация и общий вектор развития собственно корпораций во многих случаях очевиден – по пути к

BASIC APPROACHES IN CORPORATIVE
GEOGRAPHY

It is a rather complicated work to solve the research tasks and reach the final goal of corporative geography. Hence, it demands the application and synthesis of different scientific approaches, including disciplines similar to social-economic geography. Nevertheless, the focus is on the hystorical-geographical, functional-commercial, and territorial approaches.

The hystorical approach is basically relevant for the phase analyses – the emergence and foundation of TNCs, the shift between new generations of TNCs (so-called narrow approach), the formation of the corporative sector of world economy in general and change in all the structure of global economy (wider approach). The fist aspect has been thoroughly introduced in books (Воротнев, 2000; КНОРУС, 2008, etc.) but the second one has not. Global economy is far more younger than the world commerce and its growth is not older than a century: the emergence of first TNCs in forms of trusts and unions, dealing with exploitation of raw materials in colonies in Asia, Africa, South America and processing in metropolys in late 19th century. (КНОРУС, 2008) One of th recent tasks of corporative geography is to determine the steps and find the causal connections in the process of transnationalization of world economy – the shift in TNC role in cities, territories, countries, regions, and world in general; emergence and development of global commerce in 20th and 21th centuries.

The approach to commercial branches has an aim to single out the features and dynamics of changes in the organization of global economy at macro, mezo, and micro levels. The organization and the common vector of development of corporations is evident in many instances on a way towards semi-functionality and multiple profiles. The “portraits” of specific commercial global

полифункциональности и многопрофильности. Относительно понятны «портреты» отдельных глобальных отраслевых рынков, курируемых несколькими ТНК. Однако, вопросы, например, межотраслевого взаимодействия ТНК и оценки отраслевой структуры глобальной экономики в целом пока лежат в сфере «terra incognita»; ждут своих изыскателей, разработки алгоритма поиска и конструктивного решения. Сейчас можно только предполагать различия в структуре видов деятельности, например, мирового хозяйства и глобальной экономики. Интуитивно прогнозируемая повышенная доля в глобальной экономике отраслей, тесно взаимодействующих с наукой и техникой, инновационных, так называемых пропульсивных видов деятельности, вполне может быть нейтрализована весомостью сфер, отличающихся трудоемкостью и не требующих особо высокой технологичности.

Применение территориального подхода в корпоративной географии уже изначально сталкивается с немалыми трудностями, начиная с отсутствия должной обеспеченности первичной статистической информацией, ее сопоставимости и заканчивая слабой отражаемостью в количественных и качественных показателях многих особенностей транснационального бизнеса. Как показывает анализ, ТНК отличаются «разумной» привязанностью к условиям материнской территории. Они априори нацелены на поиск успеха на внешних рынках, где возможности для деятельности гораздо шире, а риски и издержки часто ниже. Хотя, формы подобного рода экономико-пространственных соотношений весьма различны. Неслучайно, в международной практике выделяется несколько типов ТНК по территориальной сфере приложения бизнеса; принципам взаимодействия материнской компании с дочерними предприятиями. Часть из них – «домашние» – только частично выносят производство за пределы страны, часто именуемых интернациональными; часть – балансирует на уровне «фифти-фифти», часть – максимально развернута вовне и высоко

markets run by a few TNCs are relatively clear. Still, matters of interaction among commercial branches of TNCs and the process structures of commercial branches in global economy are still „terra incognita“; they await new researchers, the design of the search algorithm, and a constructive solution. At the moment, we may only assume structural differences among certain activities and domains, e.g. world economy and global commerce. An intuitively forecasted increase of the ratio of global commercial branches, in which there is a tight interrelation with science and technology, and innovations of so-called propulsive activities, may be completely neutralized by the relevance of spheres that are different and do not call for the high technology.

The application of the territorial approach in corporate geography has met difficulties many times, starting with the lack of necessary primary statistical data and data comparison all the way to the poor impact of transnational business according to the quantitative and qualitative indicators. In line with the analyses, TNCs are „reasonably“ connected with the conditions of the home territory. They are a priori focused on the success in foreign markets at which they have better prospects and fewer risks and costs, although similar forms of economic-spatial relations largely differ. It is not a coincidence that the international practice singles out several types of TNCs according to the territorial sphere of business activities – principles of mutual impact among the mother company and daughter companies.

A part of these (the „local“ ones) only partly export their production and are often referred to as international; some of these operate on the „fifty-fifty“ basis; some are actually highly integrated into the international production (global corporations). Such types of companies well correspond to the index of company internationalization, which maintains the level of TNC inclusion into the foreign goods and service production.

интегрировано в международное производство (глобальные корпорации). Такие типы компаний хорошо корреспондируются с известным индексом интернационализации компаний, который отражает степень вовлеченности ТНК в производство товаров и услуг за рубежом. Индекс интернационализации компаний рассчитывается как сумма трех величин: доли активов за рубежом в общем объеме активов ТНК, доли продаж за рубежом в общем объеме продаж этой корпорации, доли персонала за рубежом в общей численности персонала этой ТНК.

Так или иначе, но общая пространственная картина «деловой активности» мира на традиционном уровне субъектов хозяйствования, прежде всего, стран, и на уровне ТНК может и должна существенно различаться. В данном контексте важно отметить и еще одну особенность. ТНК, породив особую маневренность бизнеса и гибкость действий в пространстве, зачастую определяют функциональную начинку, характер размещения, естественную и/или искусственную накачку мировых «полюсов роста» и «кластеров деловой активности». Вместе с тем, именно международные компании отвечают не только за особую динамику, но и повышенную изменчивость экономического ландшафта городов, стран и регионов, сильно различающегося в условиях «тучных лет» и времен «пустых тарелок» (Родионова, Слука, 2014, с. 55).

При изучении территориальной выраженности деятельности ТНК и транснационализации мировой экономики в целом целесообразно использовать два разных и органично взаимодополняющих друг друга территориальных подхода: континуально-пространственный и дискретно-ареальный. Первый – отличается широтой элементной базы, глобальным охватом; позволяет упорядочить представления о степени вовлеченности стран и территорий в транснациональное разделение труда. В частности, он хорошо реализуется в рамках географического анализа известного индекса транснационализации стран. Индекс

The index of company internationalization is calculated on the basis of the following three quantities: the ratio of foreign assets in total TNC assets, the ratio of foreign sales in total sales, and the ratio of foreign staff to total staff of a TNC.

Anyhow, the joint image of world „business activities“ at the level of action subjects, e.g. countries, and at TNC level can and must essentially differ from one another. Within the given context, it is crucial to mention yet another feature. Having created a special maneuver of business and area actions, TNC are often determined by the functional “filling”, the nature of distribution, natural and/or artificial “pumping” of global “poles of growth” and “business activity clusters”. Therefore, it is precisely the international companies that are responsible for not only the dynamics but also for the frequent fluctuations in the commercial landscape of cities, countries, and regions, which largely differ in “hard times” and “hungry years”. (Родионова, Слука, 2014, с. 55)

As we study the territorial distribution of TNC activities and the transnationalization of global commerce in general, it is appropriate to use two approaches, i.e. the continuous-spatial approach and the discrete-areal approach. The first one differs in the width of element basis, i.e. the global range, and it helps regulate the idea on the level of inclusion of countries and territories into the transnational labor distribution. Specifically, this approach is best realized within the geographical analysis of the known index of country transnationalization. The index of country transnationalization is used to determine the relevance of foreign TNCs in a country’s economy. It is calculated as the sum of four values: the ratio of direct foreign investment in all the capital investments in a country; the ratio of accumulated direct foreign investment in a country as opposed to a country’s GDP; the ratio of employees in subsidiaries within total employees in a country. The second approach is less relevant

транснационализации стран оценивает значение иностранных ТНК в экономике страны. Он рассчитывается как сумма четырех величин: доля прямых иностранных инвестиций во всех капитальных инвестициях страны; отношение накопленных в стране прямых иностранных инвестиций к ВВП страны; доля филиалов иностранных корпораций в производстве ВВП страны; доля занятых на этих филиалах во всей численности занятых в стране. Второй – менее однозначный и более сложный, исходящий из неоднородности экономического пространства, привлекательности природных и социально-экономических условий, возможностей формата действий и, соответственно, далеко не повсеместности размещения деловой активности ТНК. Иными словами, дискретно-ареальный подход ориентирует корпоративную географию на анализ отдельных очагов и ареалов явления различного масштаба. В виде, например, крупных зон скопления международного производства (экспортно-производственные площадки типа «Макиладорас» с льготным режимом предпринимательства); мощных комплексных и отраслевых производственных или иного рода кластеров мирового значения (Силиконовая долина, туристский район Анталя, сгусток автопроизводителей различных фирм в Сан-Паулу); городских центров – резиденций штаб-квартир как материнских, так и зарубежных компаний.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАСУЩНЫЕ ЗАДАЧИ КОРПОРАТИВНОЙ ГЕОГРАФИИ

Перед корпоративной географией, как перед любым новым научно-исследовательским и образовательным направлением, стоит немало проблем и требующих решения задач. Представляется целесообразным организация конструктивного поиска и концентрация усилий ученых разных поколений в рамках следующих ключевых компетенций и функций дисциплины:

and more complicated. It starts with the inequity of the economic space, the appeal of natural and social-economic conditions, opportunities for action formatting, and an evident limitation of the TNC business activity distribution. In other words, the discrete-areal approach shifts the focus of corporative geography onto the analysis of specific focal points and areas in which different phenomena occur. An instance are gigantic zones of accumulation of international production (export-production platforms such as „Maquiladoras“ with the benefit-oriented business regime); powerful, complex, expanded production clusters that are world relevant (Sillicone valley, Anthalia touristic area, Sao-Paolo car producers); city centers – residences of head offices of both local and foreign companies.

CURRENT PROBLEMS AND RELEVANT TASKS OF CORPORATIVE GEOGRAPHY

Just as any other novel scientific-research approach and educational module, corporative geography is facing many issues and tasks that need to be answered and dealt with. It seems necessary to organize the constructive studies and efforts of the scientists of different age within the following key competencies and functions of the discipline:

1. The organization of information

1. Налаживание организации сбора, систематизации и первичного анализа информации. Известно, что на сегодняшний день существует немало источников данных о деятельности ТНК, начиная от ежегодных обязательных официальных отчетов корпораций, и заканчивая, системой разнообразных международных рейтингов (например, рейтинг Форбс-2000 и др.) (<http://www.forbes.com>), позволяющих проводить сравнения успешности развития и экономической эффективности компаний. Однако, далеко не все источники отличаются полнотой и сопоставимостью данных, в том числе приводимых на разные даты; часто грешат закрытостью или ограниченностью сведений в силу их военной, экономической, политической тайны и т.д.; существенно запаздывают с их публикацией по времени. Более того, сама сложившаяся конструкция предоставляемой информации, в том числе и в первую очередь многих международных организаций (ООН, Всемирный банк и др.), оказывается совершенно непригодной для целей не только корпоративной географии, но и в целом для экономических и географических исследований.

2. Требуется определиться с временными рамками съема первичной фактической информации. Очевидно, что наиболее удобными для анализа мирового хозяйства, как указывал Н.В. Алисов, являются десятилетние периоды. «Обычно эти «ключевые» даты хорошо представлены в различных статистических справочниках, что упрощает получение информации. Такие периоды достаточно полно и четко позволяют рассмотреть реализованные достижения в научно-техническом прогрессе разных стран и мира в целом. За такой период осуществляется весь цикл разработки инновационной техники и технологии, ее внедрение в производство, освоение изготовления изделий и сбыт их на внутреннем и внешнем рынках» (Алисов, 1999). В рамках корпоративной географии подобные временные отрезки допустимы для исследований на высшем уровне – всей

collection, taxonomy, and primary analysis. Nowadays, it is well-known that there are many data on TNC activities, such as the mandatory annual official corporate reports or the system of different international rankings (e.g. Forbes -2000 etc.) (<http://www.forbes.com>), which help compare the progress success and financial efficiency of companies. Still, these information sources are far from being complete and comparable, including different entrance dates; the data are often classified or limited due to their military, economic, or political confidentiality, etc.; essentially, the data publication is often late. Furthermore, it turns out that the existing information that is being offered (including many international organization such as UN, World bank, etc.) is not appropriate for the purpose of corporate geography or some other economic and geographical studies.

2. It is crucial to determine timeframes for the assumption of the initial factographic information. Ten-year periods seem to be most suitable for the global economy analysis as suggested by N. V. Alisov. „These “key” dates are usually well-represented in different statistical handbooks, which helps us get the information easily. These timeframes provide a clear and full insight into the recent scientific-technical achievements of different countries and world in general. During one timeframe, there has been a whole cycle of innovative technique and technology, they become incorporated in production, new products are introduced and they are presented in both local and international markets.“ (Алисов, 1999) In corporate geography, timeframes are allowed for the low-level studies. The ability of TNCs to alter their inner structure demands the monitoring organization and annual information check-up.

3. The comprehensive basic absolute and relative indicators and features, and the complex indicators and features acceptable for corporate geography still remain an open issue. These must rely on the available

глобальной экономики, но неприемлемы на низовом уровне. Способность ТНК к повышенной изменчивости внутренней структуры требует организации мониторинга и ежегодной сверки данных.

3. Самостоятельная и пока открытая проблема – совокупность базовых абсолютных и относительных показателей, комплексных индикаторов и характеристик, принятых в корпоративной географии. Они должны опираться на доступную статистическую информацию и одновременно быть пригодными для реального отражения весьма сложных явлений и процессов, в том числе чисто географических.

4. Остро стоит вопрос о разработке понятийно-терминологического аппарата по пути как уточнения содержания, адаптации и модернизации уже существующих понятий и терминов, так и выработки новых, наиболее точно отражающих исследовательскую специфику и содержание корпоративной географии. Одна из ближайших и принципиальных задач в этом плане – выработка унифицированной и общепринятой дефиниции ТНК. В настоящее время в специальной литературе можно найти более десятка определений, начиная от весьма лаконичной типа «любая компания, имеющая производственные мощности за границей», и заканчивая сверхразвернутой, подготовленной специальным подразделением ООН по транснациональным корпорациям. Последняя, впитав немало компромиссов, остается все-таки недостаточно точной и емкой (Голикова, 2010; ЮНКТАД, 2001; UNCTAD, 2007).

5. Широко проблемное поле в рамках собственно научно-исследовательской функции корпоративной географии. Вероятно, это тема для самостоятельного и поискового произведения, в котором должно получить освещение много вопросов. Среди них, безусловно, целый ряд носит фундаментальный характер, включая развитие концептуальных основ корпоративной географии, создание ее пространственно-временной парадигмы, позволяющей

statistical information and be suitable for the real presentation of rather complex phenomena and processes, including those of clear geographical nature.

4. There is also the current issue of the pending terminology and concept, which should help the content specification, adaptation and modernization of the existing terminology, and the solutions for the new concepts and terminology that could precisely reflect the research specificities and content of corporative geography. One of the recent and crucial tasks is to devise a unified and general definition of TNC. Nowadays, books within the field offer tens of definitions, starting with the laconic one such as „any company that has a productive power abroad“, up to a broad one formulated by the UN expert department for transnational companies. The latest one still remains imprecise and wide despite many compromises. (Голикова, 2010; ЮНКТАД, 2001; UNCTAD, 2007)

5. A wide problem area within the scientific reasearch of corporative geography. This is probably a topic for some individual research, which shuld cast light over many questions. Some of these questions are fundamental, including the formulation of conceptual background of corporative geography, creation of its space-time paradigm, which should enable operations with cycles, phases within the context of spatial transformations under the influence of many natural, economic, and social-economic conditions and factors of different directions; finally, this discipline should be given its position among other geographical disciplines. The second relevant task is closely connected with the multi-layered subject matter, the process, structure, and function of global economy (special commercial markets, TNC unions) on one side and features, metrics, and construction of the global corporative space on the other. The third relevant problems refers to the vast number of private, but pertinent, issues focusing on finding nuances of determination and spatial expresiveness of

оперировать волнами, циклами, фазами становления в контексте пространственных трансформаций под влиянием многочисленных и разнонаправленных природных, экономических и социально-политических условий и факторов; уточнение места дисциплины среди других направлений географической науки. Второй по значимости пласт задач тесно связан с предметным, углубленным и многоуровневым изучением, с одной стороны, процессов, структуры и функций глобальной экономики (отдельных отраслевых рынков, альянсов компаний, ТНК), а с другой – свойств, метризации и строения корпоративного пространства мира. Третий уровень – колоссальная масса более частных, но также важных вопросов, нацеленных на раскрытие многих нюансов обусловленности и пространственной выраженности характера и особенностей транснационализации мирового хозяйства.

6. Особая востребованность знаний в области корпоративной географии настойчиво требует ускоренного оформления и внедрения последних наработок в образовательный процесс в вузах. Уже сейчас необходима детальная проработка и подготовка программы учебных курсов для студентов, обучающихся на географических факультетах классических университетов, типа: «Современное корпоративное ведение», «Корпоративная география», «Корпоративный сектор в географии мирового хозяйства», «Корпоративное ведение как новое направление исследований в географии мирового хозяйства», «Географические основы исследования глобальной экономики» и др. Подобного рода предложение в рамках учебного плана, как представляется, может позитивно сказаться на повышении конкурентоспособности географических факультетов вузов.

7. Большие резервы скрыты в определении основных направлений и первоочередных шагов практического применения исследований в области корпоративной географии. Это предполагает трезвую оценку сил исследовательского

the transnational world economy.

6. There is a special need for knowledge within the field of corporative geography so there is a necessity for a quick design and introduction of the latest concepts to the university curricula. It is already urgent that we should clearly formulate and prepare student curricula at the classical faculties of geography, e.g. „Modern science on corporations“, „Corporative geography“, „Science on corporations as a novel research discipline within geography of global economy“, „Geographical background of the global economy studies“ etc. A similar suggestion within the curriculum may positively affect the competition among the faculties of geography.

7. Still, it is necessary to determine the basic courses and primary steps in the practical application of studies within the field of corporative geography. This demands an objective evaluation of the researchers and a strong idea of the current interest and specific needs of TNCs, especially in Russia. It is also crucial to analyze the specificities of development of activities of local companies abroad, and not only the large TNC sectors. Foreign investment in developed countries means the inclusion of Russian commerce into the international production cooperation. From a longterm perspective, we strongly believe that Russian commerce may only benefit from it. An efficient development of many commercial branches with no foreign participation, i.e. only the national market and production, nowadays is virtually impossible. In line with this, it is evidently crucial to study foreign investment of Russian companies with regard to their inclusion in the international technological networks. Thus, the foreign activity of Russian medium enterprizes focused on the high-technological commercial branches may become one of the most pertinent factors of the modernization of Russian commerce. Hence, these companies need support from the government. Different measures of support

коллектива, а также тесный контакт и познание заинтересованности и конкретных нужд ТНК, прежде всего действующих на территории России. Необходимо также анализировать особенности развития инвестиционной активности отечественных компаний за рубежом, и не только крупных ТНК сырьевого сектора. Инвестирование за рубеж, прежде всего в развитые страны, является способом вовлеченности российского бизнеса в международную кооперацию производства. Этот процесс в средне- и долгосрочной перспективе мог бы, по нашему глубокому убеждению, принести российской экономике немалые выгоды. Эффективное развитие большого круга отраслей без участия в международной кооперации, т.е. в рамках национального производства и рынка, в настоящее время практически невозможно. В связи с чем, очевидна важность изучения зарубежной инвестиционной деятельности российских компаний с позиции характеристики особенностей их встраивания в международные технологические цепочки. Так, например, зарубежная деятельность российских компаний среднего бизнеса, сосредоточенных в высокотехнологичных отраслях, может выступить в качестве одного из наиболее существенных факторов модернизации российской экономики. Именно этим компаниям в первую очередь необходима поддержка со стороны государства. Использование различных мер поддержки должно дать ощутимый результат в плане повышения роли прямых зарубежных инвестиций российских компаний в трансформации отраслевой структуры российской экономики, географической и товарной структуры ее экспорта, в переводе экономики страны на инновационный путь развития (Родионова, Слука, 2014).

should result in an increasing role of direct foreign investment of Russian companies in the structural transformation of Russian commercial branches, geographical and goods export structure, and switching the country's commerce onto an innovative development path. (Родионова, Слука, 2014)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя некоторые итоги размышлений, можно констатировать, что должное оформление корпоративной географии в качестве фундаментального и одновременно самостоятельного подразделения географии мирового хозяйства способно привнести немалый вклад в виде «добавленных знаний» (от англ. - added knowledge) в развитие как отечественной, так и зарубежной социально-экономической и политической географии. Видится ее достойная, но пока потенциальная лепта, как в теорию, так и в практику обустройства быстро глобализирующегося общественного пространства. В современных условиях для исследований в рамках корпоративной географии открываются широкие просторы. А сам объект исследования – масштабы и пространственная организация деятельности ТНК, географические особенности и механизмы формирования, как отдельных глобальных отраслевых рынков, так и глобальной экономики в целом – может привлечь молодых ученых, которые все более нацелены на практическую деятельность.

CONCLUSION

Drawing the final conclusions, it may be inferred that it is necessary to set corporate geography as a fundamental and independent branch of geography of world economy capable of acquiring „additional knowledge“ (English added knowledge) to the development of both local and foreign social-economic and political geography. Its worthy but still potential addendum to both theory and practice is evident when it comes to quickly globalized social space. In modern conditions, there is enough space to run studies within the field of corporate geography. The object of the research (range and mechanisms of foundation, both global market of commercial branches and world economy in general) may attract young researchers who are more and more practice-oriented.

ЛИТЕРАТУРА/REFERENCES:

- Алисов, Н., В. (1999). Цели, задачи, проблемы географии мирового хозяйства // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр.* №2. стр. 3–8.
- Воротнев, А., В., Дубнов, А., П. (2000). *Транснациональные корпорации*. Екатеринбург: Изд-во «Екатеринбург», стр. 142
- Глобальная социально-экономическая география* (2011) / Слука Н.А. (ред.) М.-Смоленск: Ойкумена, стр. 272
- Голикова, Ю., А. (2010). Транснациональные корпорации: определение сущности и характеристика деятельности в современных условиях // *Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. Том. 10.* Вып. 4. стр. 32–39
- Гречко, Е., А. (2006). *Модели управления транснациональными корпорациями в условиях глобализации*. М.: «КДУ», стр. 154
- Денисенко, О., О. (2012). *Процеси метрополізації: світогосподарський аспект*. Київ: Інститут географії НАН України, стр. 194
- Кротков, А., И. (2013). Региональные стратегии транснациональных корпораций на развивающихся фармацевтических рынках // Дисс. к-та геогр. наук: спец. 25.00.24 «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география». М., стр. 144
- Кузнецов, А., В. (2012). Транснациональные корпорации стран БРИКС // *Мировая экономика и международные отношения.* №3. стр. 3–11
- Кузнецов, А., В. (2011). Российские транснациональные корпорации в сфере услуг // *Мировая экономика и международные отношения.* №7. стр. 71–80
- Кузнецова, О., В., Кузнецов, А., В., Туровский, Р., Ф., Четверикова, А., С. (2013). *Инвестиционные стратегии крупного бизнеса и экономика регионов. 3-е изд.* М.: Либроком, стр. 440
- Маергойз, И., М. (1986). *Территориальная структура хозяйства*. Новосибирск: Наука, стр. 171
- Мировая экономика и международный бизнес (2008) / Полякова В.В. и Щенин Р.К. (ред.). М.: КНОРУС, стр. 688
- Пилька, М., Э., Слука, Н., А. (2014). Глобальность городов США с позиций корпоративного подхода // *Економічна та соціальна географія: Наук. зб. – Київ, Вип.1 (69).* стр. 86–94. а
- Пилька, М., Э., Слука, Н., А. (2014). Размещение представительств зарубежных транснациональных корпораций в глобальных городах США // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр.* №4. стр. 75–82. б
- Потоцкая, Т., И. (2006). Изучение транснациональной деятельности компаний, как элемент отраслевого анализа (на примере алмазно-бриллиантового комплекса) // *Менеджмент в России и за рубежом.* №6. стр. 12–20
- Потоцкая, Т., И., Самусенко, Д., Н. (2009). Общие и региональные особенности функционирования предприятий крупного бизнеса в мировой экономике // *Региональные исследования.* №4. стр. 82–85
- Родионова, И., А. (2009). *Мировая промышленность: структурные сдвиги и тенденции развития (вторая половина XX – начало XXI вв.)*. М.: ГОУ ВПО МГУЛ, стр. 231
- Родионова, И., А., Слука, Н., А. (2014). О корпоративной географии // *Социально-экономическая география: теория, методология и практика преподавания: материалы международной научно-практической конференции*. М.: Экон-информ, стр. 54–58
- Рыкунова, Е., С. (2011). Территориально-организационная структура крупнейших авиакомпаний мира (на примере «Люфтганза Групп») // *Автореф. дисс. к-та геогр. наук: спец. 25.00.24 «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география»*. М., стр. 24
- Сайт журнала Forbes. URL: <http://www.forbes.com> (дата обращения: 03.02.2014).

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ПРОБЛЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ ГЕОГРАФИИ
GOALS, TASKS, AND PROBLEMS OF CORPORATIVE GEOGRAPHY

Самусенко, Д., Н. (2012). Транснациональные корпорации в современной географии мирового хозяйства // *География в школе*. № 2. стр. 48–53

Слука, Н., А. (2005). *Градоцентрическая концепция мирового хозяйства*. М.: Пресс-Соло, стр. 168

40 процентов мирового богатства контролируют 147 транснациональных корпораций // Центр гуманитарных технологий. – 2011.10.24. URL: <http://gtmarket.ru/news/corporate/2011/10/24/3685> (дата обращения: 01.10.2014).

Ткаченко, И., А. (2005). Территориально-организационная структура автомобильной ТНК (на примере корпорации «ДаймлерКрайслер») // *Автореф. дисс. к-та геогр. наук: спец. 25.00.24 «Экономическая, социальная и политическая география»*. М., стр. 24

Трифонов, И., В. (2013). Роль транснациональных корпораций в глобализации мировой экономики // *Молодой ученый*. №9. стр. 243–245

Хесин, Е., С. (2010). Меняющийся глобальный экономический ландшафт // *География мирового развития*. Вып. 2. / Синцеров Л.М. (ред.). М.: Товарищество научных изданий КМК, стр. 22–42

ЮНКТАД. *Доклад о мировых инвестициях*. 2001. Содействие развитию связей. Обзор. Нью-Йорк и Женева, стр. 84

ЮНКТАД. *Доклад о мировых инвестициях*. 2002. Транснациональные корпорации и конкурентоспособность экспорта. Обзор. Нью-Йорк и Женева, стр. 85

ЮНКТАД. *Доклад о мировых инвестициях*. 2013. Глобальные производственные системы: инвестиции и торговля в интересах развития. Обзор. Нью-Йорк и Женева, стр. 38

UNCTAD. *World Investment Report*. Transnational Corporations, Extractive Industries and Development. Geneva: United Nations, 2007. 294 p.

Vitali, S., Glattfelder, J., Battiston, S. (2011). *The network of global corporate control* // The OECD Guidelines for Multinational Enterprises. Zurich, Switzerland, стр. 36