

Формирование конкурентных преимуществ российских транснациональных корпораций в условиях глобализации

Мозговой Александр Иванович

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»,
ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»,
г. Москва, Российская Федерация, ORCID: 0000-0003-3662-8054, e-mail: mozgovoy_a@mail.ru

Аннотация

Рассмотрены общие вопросы конкурентоспособности транснациональных корпораций. Проведено исследование проблемы конкурентоспособности российских транснациональных корпораций на мировом рынке и формирования у них конкурентных преимуществ для устойчивого развития в условиях глобализации экономики. Предложена авторская трактовка понятия «конкурентоспособность предприятия».

В условиях глобальной либерализованной экономики транснациональные корпорации имеют возможность влиять на геополитические вопросы в международной торговле и занятости, а также диктовать свои правила. В статье отмечено постоянное увеличение уровня конкурентоспособности небольшой группы транснациональных корпораций, формат конкуренции на отраслевых и региональных рынках чаще всего является олигопольным. Построение верной глобальной стратегии развития транснациональных корпораций и получение ими конкурентных преимуществ невозможно без достаточных знаний о современных тенденциях глобализации, рынка, затрат, конкуренции, политики правительств. Приведены и охарактеризованы способы получения конкурентных преимуществ транснациональных корпораций.

Для российских транснациональных корпораций вопрос их конкурентоспособности стоит очень остро на рынках быстро оборачиваемых товаров или на рынках новых технологий. Определены факторы, препятствующие росту уровня конкурентоспособности российских корпораций: неверная политика корпораций, приводящая к неэффективности мотивации персонала, корпоративной культуры, несоответствие международным стандартам, неверное выстраивание глобальной стратегии, отсутствие принципов взаимности и верного ведения переговоров. Это формирует негативный имидж компании, который сказывается на ее положении, а впоследствии и на конкурентоспособности.

Конкурентоспособность является одним из наиболее важных факторов обеспечения устойчивого развития экономики российских корпораций. Предложены критерии оценки устойчивости, которым им следует соответствовать.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, конкурентоспособность, глобализация, устойчивое развитие, конкурентные преимущества, способы получения конкурентных преимуществ.

Цитирование: Мозговой А.И. Формирование конкурентных преимуществ российских транснациональных корпораций в условиях глобализации // Управление. 2019. № 3. С. 30–37.

JEL F20

DOI 10.26425/2309-3633-2019-3-30-37

Received: 09.07.2019 Approved: 16.08.2019 Published: 30.09.2019

Formation of competitive advantages of Russian transnational corporations in the context of globalization

Mozgovoy Aleksandr

Candidate of Economic Sciences, State University of Management, Moscow City University,
Moscow, Russia, ORCID: 0000-0003-3662-8054, e-mail: mozgovoy_a@mail.ru

Abstract

The general issues of competitiveness of transnational corporations have been considered. Research of the problem of competitiveness of Russian transnational corporations on the world market and the formation of their competitive advantages for sustainable development in a globalized economy has been conducted. The author's interpretation of the concept of "enterprise competitiveness" has been proposed.

In a global liberalized economy, transnational corporations have the opportunity to influence geopolitical issues in international trade and employment, as well as dictate their own rules. The constant increase in the level of competitiveness of a small group of transnational corporations has been noted in the article, the format of competition in industry and regional markets is often oligopolistic. Building a true global strategy for the development of transnational corporations and obtaining a competitive advantage by them is impossible without sufficient knowledge of current trends in globalization: globalization of the market, globalization of costs, globalization of competition, globalization of government policies. The methods of obtaining competitive advantages of transnational corporations have been adduced and characterized.

For Russian transnational corporations, the issue of their competitiveness is very acute in the markets of rapidly turning goods or in the markets of new technologies. Factors, hindering the growth of the competitiveness of Russian corporations: incorrect corporate policies, leading to inefficiency of personnel motivation, corporate culture, inconsistency with international standards, incorrect alignment of the global strategy, lack of reciprocity principles and correct negotiation. This creates a negative image of the company, which affects its position, and subsequently its competitiveness. Competitiveness is one of the most important factors for ensuring the sustainable development of the economy of Russian corporations. The criteria for assessing sustainability, the corporations should meet have been suggested.

Keywords: transnational corporations, competitiveness, globalization, sustainable development, competitive advantages, ways to gain competitive advantages.

For citation: Mozgovoy A.I. Formation of competitive advantages of Russian transnational corporations in the context of globalization (2019), *Upravlenie*, 7 (3), pp. 30–37. doi: 10.26425/2309-3633-2019-3-30-37



В настоящее время в мировом экономическом пространстве все больше внимания уделяется транснациональным корпорациям (далее — ТНК), растет их роль и значение. Они в некотором смысле играют роль двигателя, который формирует современную экономику, поскольку именно ТНК являются сильнейшими катализаторами процессов глобализации и интернационализации. «Под определением ТНК понимаются предприятия (финансово-промышленные объединения), которым принадлежат или которые контролируют комплексы производства или обслуживания, находящиеся за пределами той страны, в которой эти корпорации базируются. Они имеют обширную сеть филиалов и отделений в разных странах и занимают ведущее положение в производстве и реализации того или иного товара» [10, с. 66].

Анализ деятельности ТНК следует рассматривать в аспектах глобальной экономики. Сегодня, когда экономика либерализована, компании имеют возможность принимать масштабные решения в вопросах международной торговли и занятости, а также диктовать свои правила [13].

В последнее время следует отметить постоянное увеличение уровня конкурентоспособности узкой группы ТНК, являющихся лидерами в своей области, что стало важной чертой современного мирового хозяйства. Формат конкуренции на отраслевых и региональных рынках чаще всего становится и далее сохраняется олигопольным. Наиболее крупные ТНК в короткие сроки стали максимально значимыми для мировых рынков под воздействием трансформаций международной бизнес-среды. Наиболее крупные показатели прибыльности, капитализации и объемов сбыта на мировом рынке принадлежат лидирующим ТНК.

Получение конкурентных преимуществ транснациональными корпорациями невозможно без достаточных знаний о современных тенденциях глобализации, поскольку только при полной осведомленности о них, мы способны выстроить верную глобальную стратегию развития ТНК. Для ТНК процесс глобализации экономики дает возможность расширения спектра товаров, услуг, специализации, осуществления сделок слияния и поглощений, расширение географии деятельности, «использования преимуществ дерегулирования посредством осуществления крупных инвестиций на любых рынках, привлечения различных финансовых средств, снижения издержек производства за счет выпуска стандартизированной продукции и экономии на масштабах, а также использования более тесных деловых связей

с другими предприятиями, банками для создания предпринимательских сетей и т. д.» [2, с. 48].

В настоящее время ТНК, а также другие предприятия в своей деятельности в международной среде вынуждены учитывать некоторые факторы, связанные с глобальными мероприятиями, такими как: окружающая среда, здоровье человека, корпоративная социальная ответственность и регулирование различных интересов.

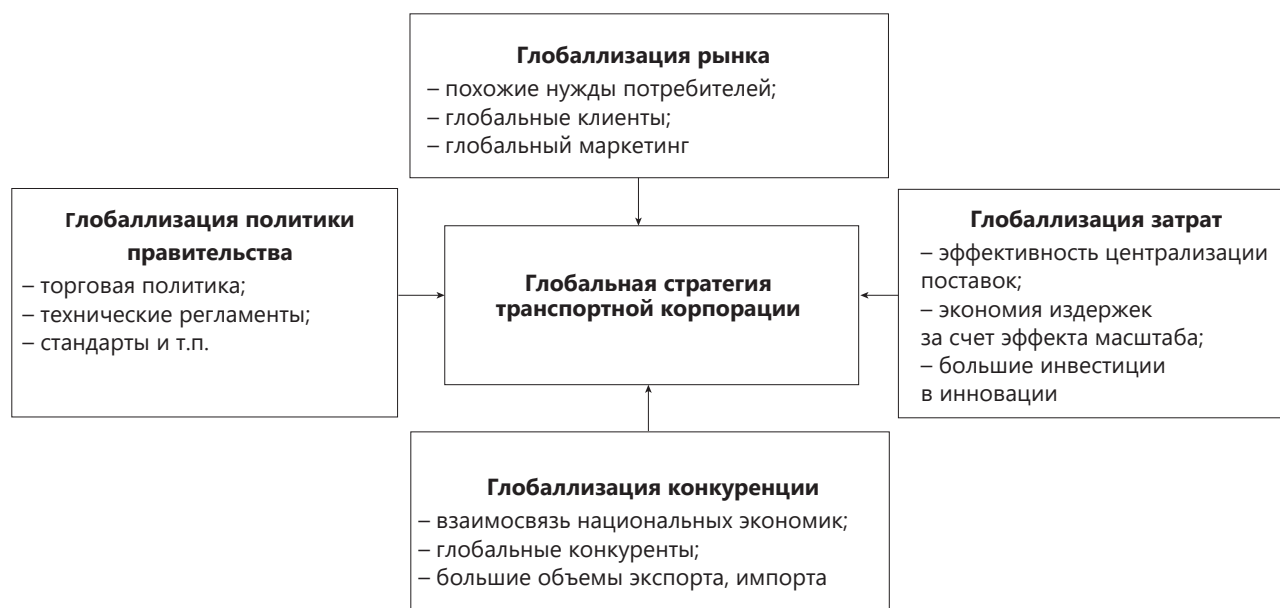
Определение своих конкурентных преимуществ в любой организации должно происходить еще на этапе определения стратегии развития, которую на сегодняшний день достаточно трудно выстроить правильным образом, поскольку динамика изменений во внешней среде с каждым днем набирает обороты в силу процессов, происходящих как на внутренних, так и на внешних рынках. Кроме этого, на деятельность ТНК также влияют политические и социальные процессы, потому что во многом успешная деятельность данных компаний зависит от стабильности в этих областях.

На рисунке 1 приведены движущие силы глобализации, которые воздействуют на структуру отрасли, имеющие особое значение для разработки стратегии ТНК. Указанные выше факторы влияют на формирование стратегии ТНК, но что касается повышения конкурентоспособности, то тут основным фактором будет являться расширение географии деятельности ТНК, которое может происходить с помощью:

- прямых иностранных инвестиций;
- осуществления сделок слияния и поглощения;
- реализации стратегических соглашений;
- использования эффекта экономии на масштабах [12].

Расширение географии деятельности — возможный и осуществимый способ, но требующий достаточно больших затрат — как финансовых, так и временных. Существует также много способов получения конкурентных преимуществ ТНК в условиях глобализации (табл. 1).

Для получения конкурентных преимуществ ТНК недостаточно использовать какой-либо один из указанных способов, потому что каждый из них является комплексным и обширным, а также тесно взаимосвязан с другим, поэтому для формирования устойчивых конкурентных преимуществ ТНК должны, с учетом специфики своей деятельности, придерживаться указанных условий (способов) и стараться полностью использовать все имеющиеся в данный момент и потенциально возможные стратегические конкурентные преимущества.



Источник: [7] / Source: [7]

Рис. 1. Глобальная стратегия транснациональной корпорации
Figure 1. Global strategy of a transnational corporation

Таблица 1

Способы получения конкурентных преимуществ транснациональных корпораций в условиях глобализации

Table 1. Ways to obtain competitive advantages of Transnational Corporations in the context of globalization

Способ	Характеристика
Дифференциация товара/услуги	Создание новых потребительских свойств, повышение качества товара, обслуживания, определение привлекательных и выгодных для потребителя отличий товаров и услуг. В результате дифференциации на каждую единицу продукции увеличивается размер получаемой прибыли
Диверсификация деятельности	Расширение ассортимента выпускаемой продукции или оказываемых услуг ведет к расширению сфер влияния, рынков сбыта и укреплению позиций как на национальном, так и на мировом рынке
Экономия на масштабах	Подразумевает снижение издержек с помощью наращивания объемов производства, то есть производство осуществляется в больших масштабах, создаются глобальные производственные системы. Необходимо отследить возможность увеличить производство там, где оно выгодно и сократить в местах, где убыточно
Гудвилл	Повышение известности компании, корпоративного бренда, деловой репутации компании, узнаваемости торговой марки
Сделки слияния и поглощения	Наращивание производственной мощности, использование эффекта синергии в производстве, управлении, сбыте, научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработках (далее – НИОКР)
Корпоративное управление	Повышение эффективности внутреннего функционирования компании путем выстраивания системы взаимоотношений, общепринятых правил и принципов ведения деятельности, ориентация всего кадрового потенциала на результат компании
Внедрение НИОКР	Использование новых технологий в производстве, сбыте, вложение инвестиций в исследования и разработки, использование инноваций в менеджменте и маркетинге как инструмента повышения уровня инновационности организации

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

При выборе тех или иных способов при формировании конкурентной стратегии необходимо опираться на современное состояние экономики и тенденции глобализации, актуальные на данный момент времени, а также на положение конкурентов и используемые ими способы получения конкурентных преимуществ, поскольку построение конкурентного преимущества невозможно осуществить без глубокого анализа факторов конкурентоспособности конкурентов компании.

Изучив основные точки зрения на понятие конкурентоспособности предприятия (организации, компании, корпорации), предлагаем следующую авторскую трактовку данного понятия [11; 6; 1; 3; 4].

Конкурентоспособность предприятия — интегральный показатель жизнестойкости, способности организации эффективно разрабатывать, производить и продавать конкурентоспособные товары (услуги) на данном рынке и период времени, а также потенциал удержания данных конкурентных преимуществ в будущем.

Рассмотрев общие вопросы конкурентоспособности ТНК, перейдем к проблематике вопроса российских ТНК.

Российские ТНК, будучи достаточно молодыми, уже занимают весомую долю на мировом рынке, в особенности это относится к нефтегазовому сектору. Необходимо отметить, что данные компании, российские в том числе, лоббируют интересы своего государства на мировой арене, что оказывает положительное влияние на национальную безопасность и многие другие аспекты. Следовательно, транснационализация способствует достижению геополитических интересов государства, а сами ТНК развитию необходимых для этого процессов.

Однако вопрос конкурентоспособности достаточно остро стоит для экономики России, в особенности, если речь идет в контексте мирового рынка. Безусловно, Российская Федерация сильна на отдельных отраслевых рынках, если мы говорим, к примеру, о нефтегазовой отрасли, военном оборудовании, но также необходимо укрепление на рынках быстро оборачиваемых товаров или на рынках новых технологий, в чем Россия на данный момент времени отстает. Регулировка данной ситуации затруднительна в условиях нынешнего положения России на мировой арене, как с экономической точки зрения, так и с политической. Конечно, данные аспекты взаимосвязаны и необходимо изучать факторы, препятствующие росту уровня конкурентоспособности российских корпораций.

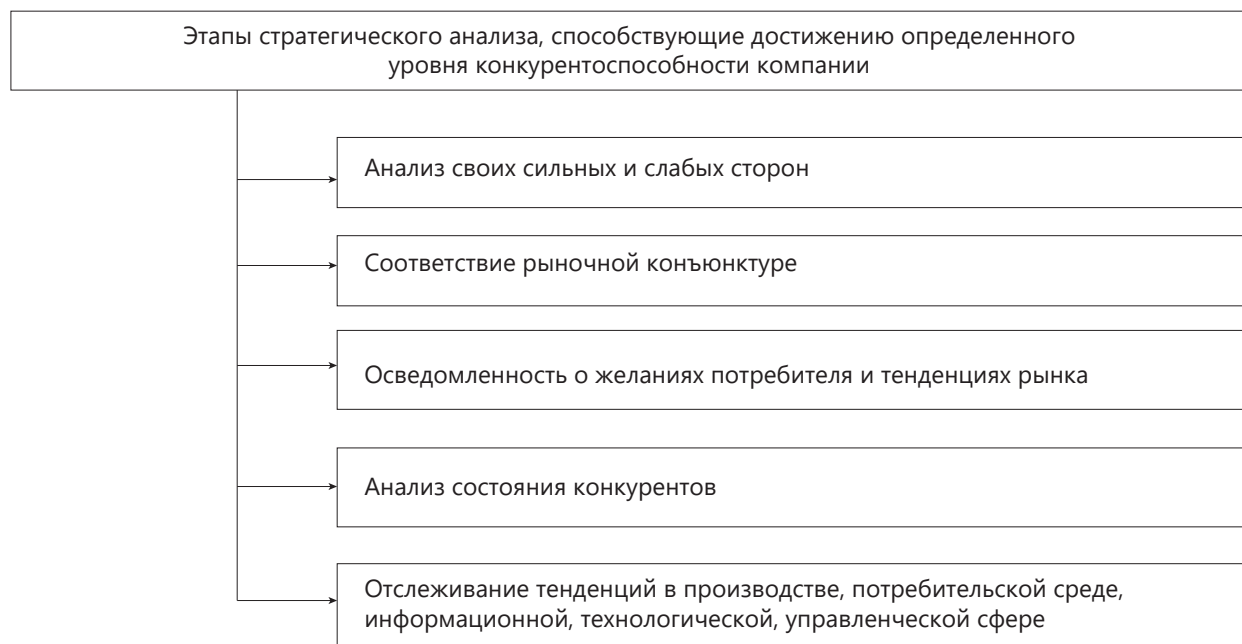
К данным факторам будет относиться перво-степенно политика российских компаний, поскольку

она напрямую зависит от привычного и уже давно выстроившегося менталитета. В основном этот фактор ставит под угрозу следующие элементы: мотивацию персонала, корпоративную культуру, соответствие международным стандартам (в основном по экологическим и социальным вопросам), верное выстраивание стратегических целей, отсутствие принципов взаимности, верного ведения переговоров и т. д. Все эти факторы впоследствии формируют негативный имидж компании, который сказывается на ее положении, а в последствии и на конкурентоспособности. Конечно, есть место пред-рассудкам и неким стереотипам, которые выстроились вокруг российского бизнеса и манерах его ведения, но существуют также и объективные моменты, например, максимальная непрозрачность деятельности компаний, уход от налогов, несоответствие международным стандартам и др.

Российские ТНК демонстрируют конкурентоспособность только в таких отраслях, как топливная, металлургическая, военная, то есть там, где есть сравнительное преимущество, а в целом отечественные компании обладают низкой конкурентоспособностью во многих сферах деятельности, поскольку необходимо занимать устойчивые позиции и в других отраслях, как, например, рынок быстро оборачиваемых товаров, информационных технологий и т. д. Данное обстоятельство поясняет то, что ограниченное число отечественных компаний выходят на мировые рынки.

Конкурентоспособность является одним из наиболее важных факторов обеспечения устойчивого развития экономики предприятия. «Устойчивое развитие экономики хозяйственной структуры характеризует комплексная система показателей, отражающая в динамике экономический рост, укрепление финансового состояния и повышения эффективности использования всей совокупности и каждого вида ресурсов, выполнения за отчетный период обязательств перед работниками, другими предприятиями и государством» [7, с. 57].

В отечественной культуре ранее было принято воспринимать конкуренцию и конкурентоспособность как фактор, который необязательно принимать во внимание и адаптировать свою деятельность под них. Но как мы упоминали ранее, экономика претерпела многие изменения и продолжает свое преобразование по сей день. В наше время вести бизнес, не уделяя внимание его конкурентоспособности, означает заблаговременно определить время своего банкротства, в особенности это касается крупных корпораций, поскольку именно они находятся в самых жестких условиях, функционируя



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Рис. 2. Этапы стратегического анализа, способствующие достижению определенного уровня конкурентоспособности компании

Figure 2. Stages of strategic analysis, contributing to the achievement of a certain level of competitiveness of the company

не на одном рынке и не в одном государстве. Необходимо выяснить, действительно ли конкурентоспособность может выступать как фактор устойчивости и развития для российских ТНК. Для этого определим, какие этапы стратегического анализа способствуют достижению определенного уровня конкурентоспособности компании. Представим результаты в виде схемы на рисунке 2.

При постоянном и грамотном выполнении данных этапов корпорация будет всегда соответствовать постоянно меняющимся внешним условиям, любым колебаниям рыночной конъюнктуры, меняющемуся состоянию основных конкурентов, а также проводить внутренние инновационные преобразования, отвечающие всем современным вызовам мировой и региональной экономик, и, следовательно, достигать определенного уровня конкурентоспособности.

Представленные выше аспекты — одни из множества, которые решаются благодаря постоянному и системному анализу конкурентоспособности. Контролируя данные факторы, предприятие обеспечивает свою безопасность на рынке, а также свою конкурентоспособность, правда, если соответствует критериям оценки устойчивости:

- устойчивый рост прибыли;
- устойчивый рост выручки;
- платежеспособность предприятия;

- устойчивое финансовое состояние;
- «устойчивость производственно-хозяйственной деятельности;
- устойчивость ресурсного обеспечения;
- устойчивость производственно-технической базы;
- устойчивость осуществления инвестиционных программ» [5, с. 4].

Анализ конкурентоспособности любого предприятия включает изучение конкурентных преимуществ, которые дают возможность усиления позиционирования на мировой арене, а также открытие и освоение новых рынков сбыта с последующей перспективой запуска новейших товаров и услуг с усовершенствованными характеристиками и свойствами. Конкурентоспособность продукта (товаров) является существенным индикатором функционирования организаций, потому что от нее зависит положение компании на рынке, его финансовое благополучие, эффективность. Следовательно, обеспечение конкурентоспособности продукта должно занимать основное место в стратегии развития предприятия.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что конкурентоспособность укрепляет устойчивость компании. Поскольку современная экономика очень динамична, в ней множество различных процессов, взаимосвязанных друг с другом и влияющих на деятельность ТНК, как на национальных,

так и на мировом рынках, то стратегия конкурентоспособности как фактор устойчивости и развития должна быть адаптирована под определенный вид деятельности (бизнеса) и периодически пересматриваться. А так как устойчивое развитие представляет собой процесс изменений, в котором использование ресурсов, капиталовложения, тен-

денции совершенствования техники и изменение институтов реализуется в гармонии, тем самым повышая потенциал удовлетворения потребностей и стремлений человека, то именно уровень конкурентоспособности будет подходящей мерой для оценки устойчивого развития транснациональной корпорации в условиях глобализации экономики [8].

Библиографический список

1. Голышкова, И. Н., Денисенко, М. А., Куркулин, А. А. Особенности определения конкурентоспособности предприятий трубной промышленности // Вестник университета. 2008. № 11. С. 239–250.
2. Егоров, А. Ю. Тенденции стратегического развития международных компаний в условиях глобализации // Инновационная экономика и современный менеджмент. 2015. № 4(5). С. 41–48.
3. Иванов, И. Н. [и др.]. Производственный менеджмент. Теория и практика в 2 ч. Часть 1: учебник для академического бакалавриата / отв. ред. И. Н. Иванов. М.: Юрайт, 2017. 404 с.
4. Иванов, И. Н. [и др.]. Производственный менеджмент. Теория и практика в 2 ч. Часть 2: учебник для академического бакалавриата / под ред. И. Н. Иванова. М.: Юрайт, 2017. 174 с.
5. Керашев, А. А., Тешев, В. В. Методические подходы к оценке устойчивого развития организаций потребительской кооперации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-podhody-k-otsenke-ustoychivogo-razvitiya-organizatsiy-potrebitelskoy-kooperatsii> (дата обращения: 28.04.2019).
6. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг: учебное пособие. М.: Центр экономики и маркетинга, 2008. 260 с.
7. Мокропуло, А. А. Конкурентоспособность как фактор устойчивого развития предприятия // Научный вестник Южного института менеджмент. 2017. № 3. С. 57–62.
8. Мокропуло, А. А. Направления, критерии и факторы устойчивого развития предприятия // Экономика и предпринимательство. 2013. № 11–2(40). С. 198–201.
9. Пахомов, А. А. Инвестиционная деятельность российских компаний за рубежом. Тенденции развития. М.: Дело, 2011. 448 с.
10. Смагина, В. И. Понятие и сущность ТНК // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2007. № 8 (52). С. 66–71.
11. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2009. 256 с.
12. Шарипов, Ф. Ф., Равилова, Р. Ш. Современное состояние и перспективы привлечения прямых иностранных инвестиций в развитие производственной

References

1. Golyshkova I. N., Denisenko M. A., Kurkulina A. A. Osobennosti opredeleniya konkurentosposobnosti predpriyatii trubnoi promyshlennosti [Features of determining the competitiveness of pipe industry enterprises], *Vestnik Universiteta*, 2008, no. 11, pp. 239–250 (in Russian).
2. Egorov A. Yu. Tendentsii strategicheskogo razvitiya mezh-dunarodnykh kompanii v usloviyakh globalizatsii [Trends in the strategic development of international companies in the context of globalization], *Innovatsionnaya ekonomika i sovremennyy menedzhment* [Innovative economy and modern management], 2015, no. 4 (5), pp. 41–48 (in Russian).
3. Ivanov I. N. [et al]. Proizvodstvennyi menedzhment. Teoriya i praktika v 2 ch. Chast' 1: uchebnik dlya akademicheskogo bakalavriata [Production management. Theory and practice at 2 parts. Part 1.: Textbook for academic undergraduate], Moscow, Yurait, 2017. 404 p. (in Russian).
4. Ivanov I. N. [et al]. Proizvodstvennyi menedzhment. Teoriya i praktika v 2 ch. Chast' 1: uchebnik dlya akademicheskogo bakalavriata [Production management. Theory and practice at 2 parts. Part 1.: Textbook for academic undergraduate], Moscow, Yurait, 2017, 174 p. (in Russian).
5. Kerashev A. A., Teshev V. V. Metodicheskie podkhody k otsenke ustoichivogo razvitiya organizatsii potrebitel'skoi kooperatsii [Methodical approaches to assessing the sustainable development of consumer cooperation organizations], *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1: Regionovedenie: filosofiya, istoriya, sotsiologiya, yurisprudentsiya, politologiya, kul'turologiya* [Bulletin of the Adyge State University. Series 1: Regional Studies: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Science, Cultural Studies], 2007. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-podhody-k-otsenke-ustoychivogo-razvitiya-organizatsiy-potrebitelskoy-kooperatsii> (accessed 28.04.2019) (in Russian).
6. Moiseeva N. K. Mezhdunarodnyi marketing: uchebnoe posobie [International Marketing: Tutorial]. Moscow, Tsentr ekonomiki i marketinga, 2008, 260 p. (in Russian).
7. Mokropulo A. A. Konkurentosposobnost' kak faktor ustoychivogo razvitiya predpriyatiya [Competitiveness as a factor of sustainable enterprise development], *Nauchnyi vestnik Yuzhnogo instituta menedzhmenta* [Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management], 2017, no. 3, pp. 57–62 (in Russian).
8. Mokropulo A. A. Napravleniya, kriterii i faktory ustoichivogo razvitiya predpriyatiya [Directions, criteria and factors for sustainable enterprise development], *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and business], 2013, no. 11–2 (40), pp. 198–201 (in Russian).

- инфраструктуры Российской Федерации//Материалы 20-й Международной научно-практической конференции: «Актуальные проблемы управления – 2015». М.: Издательский дом ГУУ, 2015. С. 154–158.
13. Wyrzykowska M. Role of transnational corporations in the international trade. Torun School of Banking [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.etsg.org/ETSG2010/papers/Wyrzykowska.pdf> (дата обращения: 28.04.2019).
 9. Pakhomov A. A. Investitsionnaya deyatel'nost' rossiiskikh kompanii za rubezhom. Tendentsii razvitiya [*Investment activities of Russian companies abroad. Development trends*], Moscow, Delo, 2011, 69 p. (in Russian).
 10. Smagina V. I. Ponyatie i sushchnost' TNK [*The concept and essence of TNCs*], Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki [*Bulletin of the University of Tambov. Series: Humanities*], 2007, no. 8 (52), pp. 66–71 (in Russian).
 11. Fatkhutdinov R. A. Konkurentosposobnost': ekonomika, strategiya, upravlenie [*Competitiveness: economy, strategy, management*]. Moscow, INFRA-M Publ., 2009. 256 p. (in Russian).
 12. Sharipov F. F., Ravilova R. Sh. Sovremennoe sostoyanie i perspektivy privlecheniya pryamykh inostrannykh investitsii v razvitie proizvodstvennoi infrastruktury Rossiiskoi Federatsii [*The current state and prospects for attracting foreign direct investment in the development of the production infrastructure of the Russian Federation*], Aktual'nye problemy upravleniya – 2015: Materialy 20-i Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii [*Proceedings 20th Int. Conf. "Actual management problems"*], Moscow, 2015, pp. 154–158 (In Russian).
 13. Wyrzykowska M. Role of transnational corporations in the international trade. Torun School of Banking. Available at: <http://www.etsg.org/ETSG2010/papers/Wyrzykowska.pdf> (accessed 28.04.2019).