

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ДИФфуЗИЯ АЗИАТСКИХ ПРЯМЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В СЕВЕРОЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

А. В. Кузнецов

МГИМО МИД России
119454, Россия, Москва, просп. Вернадского, 76
ИНИОН РАН
117418, Москва, Нахимовский просп., д. 51/21

Поступила в редакцию 14.10.2021 г.
doi: 10.5922/2079-8555-2021-4-2
© Кузнецов А. В., 2021

Первые работы о закономерностях распространения прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в пространстве появились еще в 1970—1990-х годах. С тех пор многие их положения неоднократно подвергались критике как устаревшие и не соответствующие эмпирическому материалу современного этапа глобализации. Вместе с тем и раньше только примерами «новичков» интернационализации было возможно иллюстрировать, например, выраженную поэтапность в экспансии транснациональных компаний или доминирующее у них стремление закрепиться сначала в крупнейших экономических центрах, поскольку важную роль играл фактор постепенно растущей информированности потенциальных инвесторов. Целью данной статьи было показать сохранение закономерностей пространственной экспансии прямых иностранных инвесторов, сопряженных с существующей иерархией городов, на примере азиатских компаний в странах Балтии, Финляндии, Швеции и Дании (на фоне западноевропейских инвесторов выступающих в качестве «новичков» интернационализации, причем не подверженных влиянию «эффекта соседства»). В целом нами была подтверждена иерархически-волновая модель диффузии прямых иностранных инвестиций с доминированием столичных городских агломераций. Однако было также установлено, что доминирование в современных условиях в развитых странах слияний и поглощений как формы прямых капиталовложений приводит не только к искажению географического рисунка сетей дочерних предприятий компании-инвестора, но и к стремлению фирмы продать провинциальные заводы, а головные офисы перенести ближе к столицам. Таким образом, происходит «упрощение» бизнес-структур, соответствующее более ранним стадиям пространственной диффузии прямых иностранных инвестиций той или иной фирмы.

Ключевые слова:

прямые иностранные инвестиции, азиатские транснациональные компании, города Балтийского региона, пространственная диффузия ПИИ

Постановка проблемы

Прямым иностранным инвестициям (ПИИ) посвящены сотни научных работ, и это хорошо объяснимо. С одной стороны, за последние 50—70 лет тематика ПИИ не теряет актуальности. Ведь данный вид капиталовложений неизменно играет важную роль в принимающих экономиках, обеспечивая необходимый приток финансовых ресурсов и трансфер технологий для развития новых предприятий и отраслей,

Для цитирования: Кузнецов А. В. Пространственная диффузия азиатских прямых инвестиций в североевропейских странах Европейского союза // Балтийский регион. 2021. Т. 13, № 4. С. 21—35. doi: 10.5922/2079-8555-2021-4-2.

может видоизменять характер конкурентной среды и оказывать другие как положительные, так и отрицательные воздействия на национальное хозяйство. Большое значение имеет и экспорт ПИИ. С другой стороны, прямые капиталовложения постоянно трансформируются, что создает дополнительное поле для исследований. Например, за полвека существенно расширился перечень экспортирующих ПИИ стран, ученые стремятся восполнить дефицит знаний и по такой теме, как поиск путей интеграции различных предприятий и их кластеров в трансграничные цепочки создания стоимости. Однако на этом фоне, на наш взгляд, уделяется недостаточное внимание географическому распределению ПИИ.

Разумеется, эмпирические работы о притоке таких капиталовложений в отдельные регионы и даже описание межрегиональных контрастов (в частности, в России) существуют (например, [1; 2]), но задачами выявления общих закономерностей пространственной диффузии ПИИ исследователи обычно пренебрегают. По нашему мнению, одна из важных причин — игнорирование современных динамических концепций размещения предприятий. Многие ученые по-прежнему опираются на идеи почти вековой давности об агломерационном эффекте, в лучшем случае снабжая выводы Августа Лёша «красивой оберткой» так называемой новой экономической географии Пола Кругмана (пример хорошо цитируемой работы двух докторов наук см. в [3]).

В связи с этим мы решили посвятить данную статью проверке адекватности созданных в 1970—1990-е годы динамических концепций размещения, основанных на разного рода центр-периферийных и иерархических представлениях об организации экономического пространства, для описания диффузии ПИИ в современных условиях (важности этих концепций в рамках формирующейся научной дисциплины «география компаний» нами ранее была посвящена отдельная статья [4]). В качестве географического «полигона» были выбраны шесть входящих в ЕС стран Северной Европы: Литва, Латвия, Эстония, Финляндия, Швеция и Дания, поскольку в таких границах макрорегион оказывается относительно изолированным и компактным. Это позволяет рассматривать ограниченное количество дочерних структур у транснациональных компаний (например, японских), которые владеют сотнями предприятий по всему миру.

Во многом мы ориентировались на сегментирование пространства самими компаниями-инвесторами. В частности, добавление к этому «полигону» не входящих в ЕС государств (например, бесспорно относящейся к Северной Европе Норвегии) либо стран с большими районами за пределами Балтийского региона (Германии и Польши) сильно бы исказило картину диффузии за счет добавления «обрывков» цепочек дочерних структур, нацеленных на экспансию той или иной компании-инвестора в других регионах. Например, прибалтийские воеводства Польши скорее являются периферией для Варшавы, а не Стокгольма или тем более Риги (хотя у отдельных фирм-инвесторов видение границ макрорегионов мира или Европы может быть иным). При этом совместное рассмотрение именно шести североευропейских стран ЕС позволяет добавить нам дополнительный иерархический уровень (допускает рассмотрение Евросоюза как наднационального квазигосударства, что справедливо по крайней мере для оценки внешней торговли и регулирования конкуренции, очень важных для ПИИ).

Что касается выбора инвесторов, то азиатские транснациональные компании в основном представляют собой «новичков» интернационализации, на примере которых заметно легче отследить «модельные» закономерности, поскольку они, по крайней мере в Европе, еще не обладают запутанными сетями дочерних структур. К тому же для азиатских ПИИ в Балтийском регионе почти не характерен «эффект соседства», что также упрощает наш анализ.

Концепции пространственной диффузии прямых инвестиций и методы их современного подтверждения

По-видимому, первой динамической концепцией размещения стала довольно простая «модель мороженщика» Гарольда Хотеллинга — модель размещения предприятий-торговцев (двух), расположенных на линии (пляже), представляющей равномерно распределенный потребительский рынок [5]. Хотя ее можно сейчас использовать для объяснения, например, территориальной концентрации ПИИ в российском автомобилестроении в городской агломерации Санкт-Петербурга либо в Калужской области, тем не менее говорить о системном применении динамических концепций для объяснения ПИИ до реализации в конце 1960-х годов Гарвардского проекта многонационального предприятия под руководством Раймонда Вернона не приходится (подробнее о проекте см. [6]).

Сама концепция жизненного цикла товара, предложенная Р. Верноном, мало помогает объяснить внутристрановые контрасты в распределении ПИИ, однако посвященные американским транснациональным корпорациям прикладные работы Джеймса Ваупела [7] и Уильяма Дэвидсона [8] позволили впервые сконцентрировать внимание исследователей на «эффекте соседства» в географии иностранных капиталовложений. Уже в конце 1990-х годов нами было показано на германском материале, что «эффект соседства» имеет для многих прямых инвесторов первостепенное значение при определении внутристранового рисунка диффузии капиталовложений [9, с. 78].

Вторым направлением теоретического объяснения пространственной диффузии ПИИ также с конца 1960-х годов стала Уппсальская школа интернационализации фирмы под руководством Яна Юхансона. В наиболее известных работах конца 1970-х годов представители этой школы заимствовали из проекта Р. Вернона интерес к «эффекту соседства», однако заменив его более общей концепцией «психологического расстояния». При этом основное внимание было все-таки уделено поэтапности интернационализации компании, обусловленной потребностью в длительном обучении ведению каждой новой более сложной формы международного бизнеса, освоению стран и регионов, о которых на начальных этапах зарубежной экспансии у компании нет достаточной информации (см. напр., [10]).

Жизнестойкость этой скандинавской концепции недавно подробно рассмотрел один из представителей научной школы Ларс Хокансон, получивший известность в 1980-е годы благодаря модели стадийного развития транснациональной корпорации [11]. В частности, хорошо известна критика поэтапности интернационализации вследствие «обучения фирм» со стороны ученых, изучающих компании, «рожденные глобальными», и «новые международные предприятия» (пионерные работы — [12; 13], современную интерпретацию — см., напр., в [14; 15]). Однако критика легко опровергается корректным уточнением одной из основных идей Уппсальской школы — ведь «учатся» не фирмы, а работающие в них люди (в реалиях 1970-х годов этим можно было пренебречь). В результате стремительная интернационализация бизнеса отдельных компаний (как раз и относимых к «рожденным глобальными») объясняется опытом ведения зарубежного бизнеса у их топ-менеджмента, который был получен ранее, за пределами соответствующей фирмы [16]. Тем не менее Л. Хокансон с науковедческих позиций подвергает сомнениям такие коррективы, предлагая новую собственную концепцию «интернационализации по модели игры в казино». Ее суть в том, что многие решения транснациональные компании принимают наугад, фактически с небольшими ПИИ «ведя разведку боем» на самых разных рынках. Ими движут соображения, описанные Я. Юхансоном и его коллегами, но без чрезмерной детерминированности решений (а для дина-

мично интернационализирующихся фирм поиск узких ниш по всему миру заменяет всякую стадиальность зарубежной экспансии). Таким образом, этот ученый попытался примирить на фундаментальном уровне как реальные эмпирические факты, так и базовые постулаты Уппальской школы и сторонников изучения компаний, «рожденных глобальными» [17].

Третьим важным направлением развития концепций пространственной диффузии ПИИ стала адаптация германским исследователем Рольфом Шлунце применительно к прямым капиталовложениям модели иерархически-волновой диффузии инноваций (предложенной шведским географом Торстеном Хэгерстрандом) [18]. Он применил эту модель только для концептуального описания экспансии японских инвесторов в ФРГ, а нами в начале 2000-х годов ее применение и необходимые корректировки (учитывающие среди прочего выводы двух других описанных выше направлений) были представлены как более-менее универсальная схема [19].

В современном виде иерархически-волновую диффузию ПИИ схематично можно представить четырьмя основными тезисами. Во-первых, в качестве первых мест размещения иностранных предприятий очень часто (особенно при ПИИ «с нуля») выбирается городская агломерация, являющаяся крупнейшим экономическим центром, поскольку о ней лучше всего информированы зарубежные предприниматели, у нее хорошие международные транспортные связи и т. п. Во-вторых, часто наблюдаются искажения из-за «эффекта соседства», ранее сложившихся кооперационных связей иностранного инвестора с местными производителями (тогда локализация возможна сразу в сравнительно периферийном городе) либо отраслевой специфики (например, добыча сырья приурочена к местам залегания природных ресурсов и наличию лицензий на их разработку, а пансионаты могут концентрироваться в курортных районах). В-третьих, дальнейшая диффузия ПИИ демонстрирует по меньшей мере иерархический элемент, т. е. постепенное размещение предприятий в менее значимых городах. При этом в случае по крайней мере России иерархия городских агломераций (особенно для европейских транснациональных компаний) определяется не только их людностью или размером регионального продукта, но и удаленностью на Восток. В-четвертых, из-за обусловленного отраслевой спецификой эффекта масштаба (когда рынок страны может обслужить менее десятка дочерних структур одной фирмы) для волнового эффекта может просто не требоваться много предприятий. Вместе с тем для производителей технологически сложной промышленной продукции, ориентированной на массового потребителя, или оказывающих стандартный набор услуг компаний (торговые сети, группы ресторанов быстрого питания, розничные банки и т. п.), волновой элемент диффузии типичен. Он означает постепенное развитие разветвленной сети дочерних предприятий в крупнейших городских агломерациях с постепенным освоением периферии.

Таким образом, обобщая выводы трех названных направлений, мы можем сформулировать ряд гипотез для проверки эмпирическим материалом:

1) развитие внешнеэкономической деятельности и в особенности осуществление ПИИ являются более сложными видами бизнеса по сравнению с работой компании на родине, что при ограниченной информированности менеджмента фирмы обуславливает поэтапность в зарубежной экспансии;

2) разный объем информации о различных странах и их регионах, отдельных городах формирует важную роль психологического расстояния, которая на больших массивах прямых инвесторов демонстрирует «эффект соседства», проявления языковой и культурно-исторической близости, а также других неэкономических факторов, хотя для конкретных инвесторов эта роль может не быть видна как из-за индивидуальной специфики (например, нетипичных для данной страны этнических корней хозяина фирмы), так и вследствие предпочтения стратегии параллельного освоения нескольких незнакомых рынков методом проб и ошибок (что особо характерно для «новых» динамичных направлений в сфере услуг);

3) на географию ПИИ влияет не только общий инвестиционный климат и его искажения неэкономическими факторами, но и статус становящихся местами локализации иностранных предприятий городов (или их окрестностей) в экономической жизни соответствующей страны, что обуславливает большое значение (но, как и в случае предыдущего пункта, не обязательное для всех инвесторов явление) иерархически-волновой диффузии ПИИ в пространстве.

По причине масштабности проверки каждой из трех гипотез мы в данной статье сосредоточимся только на определении адекватности последней из них. Именно поэтому выбраны азиатские ПИИ, поскольку для них «эффект соседства» и другие сопряженные с ним искажения в оценках инвестиционного климата в североевропейских странах ЕС минимальны.

География экспансии азиатских инвесторов в Балтийском регионе

Пространственную диффузию ПИИ можно изучать на примере любых компаний в самых разных регионах мира. Однако следует помнить, что фирмы обычно концентрируются на своих недавних достижениях, тогда как найти адекватную информацию о ПИИ даже полувековой давности довольно сложно. Неудачи транснациональных корпораций часто освещаются в СМИ, но потом упоминания о них быстро исчезают из новостей на сайтах самих компаний-инвесторов. Очень разветвленные сети дочерних структур зарубежных гигантов создают соблазн изучить их территориальный рисунок, но на практике выявить в этом массиве закономерности уже затруднительно из-за самых разных искажений, о предьстории которых также довольно тяжело найти объективную информацию. Именно поэтому, на наш взгляд, акцент должен ставиться на анализе «новичков» интернационализации.

Если не считать японские транснациональные компании, то сколько-нибудь значимая зарубежная экспансия азиатских прямых инвестиций в принципе наблюдается лишь последние 40—50 лет [20]. Наш выбор Балтийского региона в качестве «полигона» для изучения начальных стадий диффузии обусловлен и тем, что страны Балтии открылись для ПИИ лишь 30 лет назад, да и Швеция и Финляндия не были по целому ряду причин привлекательны для внеевропейских инвесторов до начала 1990-х годов (зато покупка китайской *Geely Holding Group* одного из флагманов шведской индустрии *Volvo Cars* в 2010 году стала одним из знаковых событий глобализации).

Разумеется, у выбора Балтийского региона есть и недостаток — многие азиатские инвесторы в принципе обходят его стороной. Ведь рассматривая четыре традиционные группы мотивов — ПИИ в поддержку бытовой экспансии, ПИИ ради снижения трудовых издержек, ПИИ для добычи ресурсов и ПИИ с целью установить контроль над высокотехнологичными компаниями, — мы видим объективно крайне низкую заинтересованность китайских или южнокорейских (не говоря уже об индийских или тайландских) инвесторов в Северной Европе с точки зрения реализации второй и третьей групп мотивов. Рынки сбыта в Северной Европе также не самые емкие, а высокотехнологичные компании характерны для ограниченного круга отраслей (например, разных частей машиностроительного комплекса). В результате немало ведущих азиатских транснациональных корпораций организуют заводы в Европе, но скорее в соседних с регионом России, Польше (и других странах Вишеградской группы), Германии и Великобритании. Головные (общие для всей интеграционной группировки) бытовые штаб-квартиры в ЕС также редко размещаются в пределах рассматриваемых нами в статье шести странах-членах. Но расширение географических рамок для анализа, разумеется, не помогло бы нам доказать либо опровергнуть иерархически-волновую диффузию ПИИ в пределах Балтийского региона для такого рода компаний-инвесторов.

В настоящее время на сайте МВФ доступны наиболее актуальные данные о накопленных ПИИ из разных стран на конец 2019 года (табл. 1). В целом в рассматриваемых нами шести странах объем ПИИ из Азии (без СНГ) составил 28 млрд долл., что равнялось лишь 4,4% общей суммы прямых капиталовложений в регионе. Чуть выше была доля в Финляндии и Швеции, поскольку именно там концентрируются наиболее интересные для азиатских инвесторов высокотехнологические компании (не говоря об университетах и научных парках, где можно не только путем поглощений, но и благодаря инвестициям «с нуля» приблизиться к достижениям одних из самых передовых национальных инновационных систем в мире).

Таблица 1

Накопленные ПИИ в североевропейских странах ЕС в конце 2019 года, млн долл.

Страна – источник ПИИ	Дания	Швеция	Финляндия	Эстония	Латвия	Литва	Всего
КНР	144	9449	4153	36	30	9	13 821
Япония	1813	4354	796	152	0	-5	7110
Гонконг	1390	...	443	45	15	922	2815
Израиль	21	...	921	26	65	59	1092
Сингапур	515	...	6	143	69	24	757
Республика Корея	52	670*	0	0	30	0	752
Индия	6	609*	6	5	7	13	646
ОАЭ	...	-37	-9	184	17	134	289
Таиланд	134	0	-4	1	0	67	198
Малайзия	157	-2	-1	1	0	6	161
Турция	-36	127	16	19	16	-1	141
Вьетнам	0	60	-1	0	30	0	89
Саудовская Аравия	42	...	-13	1	0	3	33
Тайвань	...	35	-6	1	0	0	30
Топ-14	4238	15265	6307	614	279	1231	27934
Весь мир	134 982	340 853	85 821	27 940	17 890	20 855	628 341
Доля топ-14, %	3,1	4,5	7,3	2,2	1,6	5,9	4,4

Примечания: 1) отрицательные накопленные суммы возникают из-за прекращения крупных инвестиционных проектов при переоценке ранее осуществленных ПИИ; 2)* — для всех показателей, кроме южнокорейских и индийских, в Швеции использованы сведения об импортированных ПИИ; 3) ПИИ из постсоветских государств не рассматривались для исключения «эффекта соседства» в случае стран Балтии.

Источник: Coordinated Direct Investment Survey (<https://data.imf.org>).

Почти половина всех азиатских ПИИ поступила из КНР, объем которых заметно вырос именно за последние годы. Японский бизнес, который пришел в Северную Европу уже в 1980—1990-е годы, в результате оказался на втором месте. При этом основная конкуренция среди азиатских инвесторов в регионе проходит именно между японским и китайским бизнесом.

До сих пор у инвесторов из многих азиатских стран популярны только отдельные государства региона. Например, Швеция относительно более популярна у индийских, южнокорейских, а также турецких и вьетнамских компаний, Дания — у транснациональных корпораций из Сингапура, Таиланда и Малайзии, а страны Балтии — у фирм из ОАЭ. Примечательно, что Тайвань по объемам ПИИ в североевропейских государствах ЕС занимает только 14-е место, тогда как в целом по масштабам экспортированных капиталовложений этот остров среди азиатских стран находится на 7—8-м местах.

Сразу подчеркнем, что литература по зарубежной экспансии азиатских прямых инвесторов, как правило, весьма далека от анализа географического рисунка их ПИИ. Идет ли речь об обзорных работах, посвященных транснациональным корпорациям разных стран (напр., [21; 22]), или книгах и статьях об инвесторах отдельных ключевых государств [23; 24], анализ сосредоточен в основном на причинах экспорта капитала из Китая, Индии, стран Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока, отличиях соответствующих транснациональных корпораций от «классических» образцов из США и ЕС, а также специфике регулирования азиатских ПИИ (включая протекционизм со стороны стран Запада). Оставим без лишних комментариев и эконометрические упражнения под громкими названиями, которые вряд ли что-то проясняют (чтобы не быть голословными, дадим читателям свежую ссылку для примера, ценную главным образом своим библиографическим обзором [25]). Немногочисленные исключения обычно связаны с Китаем (напр., [26]). При этом инвестиции в Балтийском регионе рассматриваются учеными редко, хотя первая крупная работа о китайских ПИИ вышла уже 14 лет назад [27]. Статьи о китайских капиталовложениях в Северной Европе и странах Балтии также публикуются с завидной регулярностью (среди недавних см. [28]), тогда как ПИИ из других азиатских стран в регионе редко уделяется хотя бы абзац в какой-либо статье.

Анализ конкретных азиатских транснациональных корпораций для подтверждения нашей рабочей гипотезы проведен на основе сайтов компаний и сообщений в СМИ и на сайтах дипмиссий. При этом список из более чем 50 фирм (без учета примерно такого же количества рассмотренных ведущих азиатских инвесторов без активов в северо-европейских членах ЕС) отбирался на основе их упоминания в ежегодных докладах ЮНКТАД о мировых инвестициях (самый свежий на момент написания статьи — [29]) и их электронных приложениях. Для Республики Кореи, Тайваня, Турции и Израиля использованы также материалы международного исследования по изучению транснациональных компаний с «растущих рынков», включая сводную монографию [30].

Ведущий японский инвестор за рубежом — автомобилестроительная компания *Toyota Motors* — заводов в рассматриваемом регионе не имеет, владея семью заводами и тремя центрами НИОКР в Европе, включая предприятия в соседних Польше и России. Нет в регионе дочерних структур и у второй по величине зарубежных активов японской транснациональной корпорации *Honda Motor*. Также не осуществили в регионе ПИИ лидеры ряда других азиатских стран — в частности китайская нефтегазовая *CNPC* (при том, что имеет значимые активы в Великобритании, Франции и России) и тайваньская электротехническая *Hon Hai Precision Industries* (зато представлена в трех странах Вишеградской группы).

Из мирового топ-25 нефинансовых транснациональных корпораций по версии ЮНКТАД из азиатских компаний только японская фармацевтическая компания *Takeda* владеет дочерними структурами в регионе, хотя они менее значимы, нежели предприятия в Западной Европе или завод в России. В 2011 году в Дании была куплена известная скандинавская фармацевтическая фирма *Nycomed* с головным офисом в Роскилле и заводом в Хобро. В 2014 году *Takeda Pharma A/S* переехала из Роскилла в Тоструп, т. е. ближе к Копенгагену, причем было объявлено, что подразделения НИОКР переведут в Германию и Великобританию, оставив за датским офисом только функции по обслуживанию рынков Северной Европы. В 2018 году основные управленческие функции были перенесены в Швейцарию. Сбытовые офисы размещены в столицах всех остальных стран региона, что демонстрирует предпочтение крупнейшего в иерархии городов центра. Помимо Дании у *Takeda* в регионе был завод в эстонском Пылва (продан в 2016 году). Однако предприятие на юго-востоке Эстонии, как и завод в провинциальном Хобро, создавались не японским инвестором и после их приобретения, напротив, азиатская компания решила упростить географический рисунок своего бизнеса.

Даже усложнение географии после приобретения готовой фирмы у азиатского инвестора может быть сопряжено с осуществлением ПИИ в крупных центрах. Например, один из ведущих в мире производителей погрузочного и складского оборудования *Toyota Industries* в 2000 году купил существующего с 1940-х годов крупного отраслевого игрока — шведскую компанию *BT Industries* (ныне *Toyota Material Handling Europe*). Ее штаб-квартира, основной завод, центр НИОКР и еще два предприятия находились в небольшом провинциальном городе Мьельбю в более чем 200 км как от Стокгольма (где в западном пригороде Бромма все-таки был сбытовой офис), так и от второго по величине Швеции города Гётеборга. Более чем полувековая работа в Скандинавии не мешала *BT Industries* захватывать рынки соседних стран, организуя там сбытовые офисы также в провинции (Слангеруп в Дании) либо в столичных пригородах (Вантаа в Финляндии). Переход под японский контроль не привел к закрытию названных подразделений, но освоение рынка стран Балтии, подкрепленное с 2001 года прямыми инвестициями, ведется уже зарегистрированной в Риге новой дочерней фирмой (причем столица Латвии — крупнейший город из трех прибалтийских столиц). Чуть позже основной центр НИОКР был перенесен из Мьельбю в Гётеборг, где новая компания основана японским инвестором в научном парке Линдхольмен.

Результаты эмпирического исследования: можно ли найти подтверждение четырем тезисам об иерархически-волновой диффузии?

Названные выше примеры не опровергают сформулированные выше четыре тезиса об иерархически-волновой диффузии ПИИ. Действительно, в целом для массива азиатских транснациональных компаний наиболее важными центрами локализации оказываются Стокгольм и Хельсинки, чуть реже Копенгаген и второй по значению город Швеции Гётеборг. Им сильно уступают столицы стран Балтии, но они резко выделяются на фоне остальных городов этих трех государств (кроме портовой Клайпеды в Литве). Отдельные компании демонстрируют исключения, которые к тому же могут со временем даже «подтверждать правило». Например, крупный китайский производитель банкоматов и другого оборудования для финансовых учреждений *GRG Banking* решил в 2012 году координировать всю свою деятельность в Европе из офиса в литовском Вильнюсе [28]. Однако уже через несколько лет стратегия была изменена на более традиционную — огромный европейский рынок завоевывается с помощью офисов в городах-миллионниках наиболее населенных стран, а именно из Гамбурга, Москвы и Стамбула.

Поскольку большинство рассмотренных нами компаний «второго эшелона» воспринимают североευропейские страны ЕС как периферийный регион своей экспансии, то такие инвесторы ограничиваются только сбытовыми офисами либо эти офисы доминируют как получатели ПИИ. Их локализация обычно четко вписывается в анализируемую нами модель иерархически-волновой диффузии. При этом инвестором, использующим ПИИ для поддержки сбыта своей продукции, может выбираться не сама столица, а ее значимый пригород — как в случае Баллерупа в Дании, Сольна в Швеции и Эспоо в Финляндии (например, первый и третий — у южнокорейской фирмы *Samsung Electronics*, первый и второй — у японской фирмы *Hitachi*).

Лидерство агломерации Стокгольма, с которым лишь иногда может поспорить Хельсинки, характерно и для ПИИ в сфере услуг. Например, *Bank of China*, став пионером китайской финансовой экспансии в Скандинавии, еще в 2012 году открыл единственный дочерний банк для обслуживания Северной Европы (включая Норвегию и Исландию) — в Стокгольме. Из 12 индийских ИТ-фирм в Швеции 5

зарегистрированы в центре Стокгольмской агломерации, 4 — в удаленных районах столицы или ближайших пригородах (Чиста, Фарста, Сольна), а 3 — в городах в пределах часа езды от столицы (Сигтуна, Уппсала и Нюнесхамн). Правда, в соседней Финляндии — уже более 20 индийских ИТ-фирм, большинство из которых локализованы в Хельсинки либо его пригороде Эспоо. Разумеется, выбор между столичными агломерациями Швеции и Финляндии часто обусловлен отраслевой спецификой. Так, индийская *Triviron Healthcare* в 2012 году приобрела значимого производителя оборудования для медицинских анализов *Ani Labsystems*, завод которого расположен в Вантаа (пригород Хельсинки).

Относительное лидерство Стокгольма в соответствии с закономерностями иерархически-волновой диффузии при совместном рассмотрении инвестором всех североευропейских стран ЕС приводит к тому, что другие крупные шведские города могут оказываться предпочтительными местами размещения дополнительных ПИИ по сравнению, например, с Хельсинки и Копенгагеном. Так, у японской *Mitsubishi Electric* уже три сбытовых компании находятся в рассматриваемом нами регионе — помимо расположенной на востоке Швеции столицы также в Гётеборге на западе страны и в Лунде на юге (скорее всего, эти офисы работают и на рынки соседних государств).

Второй тезис в основном иллюстрируют искажения диффузии, обусловленные ПИИ в покупку давно существующих местных компаний (либо транснациональных корпораций из Германии и других стран ЕС). Есть искажения из-за отраслевой специфики. Например, индийская гостиничная компания *Mahindra Holidays & Resorts* все свои ПИИ в регионе осуществляет далеко от Стокгольма или Хельсинки. В 2014—2017 годах этот инвестор установил контроль над финской *Holiday Club Resorts* с отелями в Турку, Вуокатти (Кайнуу), около Куусамо (Северная Остроботния) и Саариселькя (Лапландия), а также на шведском горнолыжном курорте Эре в удаленном лене Емтланд и в Экеруме на острове Эланд.

Вместе с тем есть искажения, вызванные несовпадением выделенного нами региона с географическим членением мира у самой компании-инвестора. Так, рассмотрение в целом «большой» Северной Европы либо Балтийского региона может означать выстраивание трансграничной по охвату иерархически-волновой модели с учетом производственных нужд. Например, крупнейшая китайская транспортная компания *China COSCO Shipping* имеет головной офис в Европе за пределами рассматриваемого региона — в Гамбурге, тогда как офисы в странах Балтийского региона размещены по ходу маршрута на восток — в Осло (Норвегия), Гётеборге (Швеция), Биркерёде (северный пригород Копенгагена), Гдыне (Польша) и Хельсинки (Финляндия), т. е. Стокгольм и порты стран Балтии исключены. Знаменитый гонконгский конгломерат *Hutchison* лишь в 2020 году обзавелся первым портом в регионе — в Стокгольме (владеа к тому времени полутора десятком терминалом в Европе).

Что касается покупки существующих заводов как таковых, то также уже в 1990-е годы было известно, что иностранный инвестор в небольших странах особо не выбирает место локализации, ориентируясь на другие экономические показатели приобретаемых активов. Иначе говоря, для описания пространственной диффузии ПИИ интересна только дальнейшая экспансия такой транснациональной корпорации. Упомянутая выше *Geely Holding Group*, приобретя *Volvo Cars*, получила несколько заводов, центров НИОКР и других предприятий в нескольких странах Европы, но в рассматриваемом нами регионе все они находятся в Гётеборге, где шведская автомобильная фирма возникла еще в 1915 году. Дальнейшая диффузия ПИИ идет пока только по волновому характеру — в 2013 году китайский инвестор организовал в Гётеборге (но уже в научном парке Линдхольмен) еще один центр по проведению НИОКР — *Uni3 by Geely* — для нужд собственно материнской китайской компании.

Третий тезис — об иерархии городов — на основе проведенного нами анализа следует уточнить, поскольку при доминировании у азиатского инвестора не ПИИ в поддержку сбытовой экспансии, а ПИИ с целью повышения технологического уровня компании выстраивается, скорее, иерархия университетских центров. Показателен пример китайской ИТ-компании *Huawei Technologies*. У нее есть сбытовые дочерние фирмы в центре Стокгольма, в Хельсинки, Копенгагене и Вильнюсе. Вместе с тем центры НИОКР размещены в рассматриваемом нами регионе в окраинном районе шведской столицы Чиста — местной Кремниевой долине (там есть и другие азиатские центры НИОКР, например у южнокорейской *Samsung Electronics*), в Гётеборге и Лунде (там находится второй старейший университет Швеции после Уппсальского), а также Тампере.

Насколько Тампере, второй по численности город Финляндии, оказался привлекателен для ПИИ благодаря экономическому потенциалу, а насколько благодаря общей привлекательности для хайтека? Ведь там не только находится хороший университет, но и отмечается высокое качество жизни, одно из лучших в Европе по ряду социологических опросов, на что сейчас обращают особое внимание высокооплачиваемые специалисты. Сама компания дала исчерпывающее объяснение — в 2016 году *Microsoft* закрыл свой центр НИОКР в городе, и китайцы перехватили готовую команду сработавшихся профессионалов. Ответ на заданный вопрос помогает дать и другой пример китайских ПИИ — мировой лидер 2021 года по продажам смартфонов *Xiaomi Corporation* свой первый европейский центр НИОКР также открыл в Тампере (в 2019 году).

Четвертый тезис о редуцировании диффузии до простых форм при небольшом количестве дочерних структур в регионе наглядно иллюстрирует большинство азиатских инвесторов в Северной Европе. Но это не значит, что иллюстраций для разветвленной волновой диффузии в принципе не может быть найдено в будущем.

Когда сложно выявить модели пространственной диффузии?

Характеристика моделей пространственной диффузии ПИИ изначально должна была помогать в привлечении новых капиталовложений в страну. Понимание, на что ориентируются компании из «новых» для данной национальной экономики стран-инвесторов и отраслей, давало возможность облегчить процесс повышения информированности потенциальных инвесторов и (или) создать им особо комфортные условия ведения бизнеса в наиболее вероятных местах локализации дочерних структур. В крупных странах осознание механизмов диффузии ПИИ также позволяло содействовать ускорению проникновения иностранных компаний в периферийные районы.

В случае небольших стран, особенно участвующих в интеграционных проектах, необходимо понимать, какой макрорегион рассматривается потенциальными инвесторами в качестве цельного. Именно в его границах будет выстраиваться иерархия городов (городских агломераций) зарубежными транснациональными корпорациями, причем представители разных стран могут проводить, например, географическое членение Европы по-разному. Нельзя также забывать, что иерархия городов меняется со временем, в частности под воздействием внутренних и внешних миграций населения.

Зрелые стадии интернационализации бизнеса всегда в меньшей степени интересовали ученых, ориентированных скорее на обслуживание интересов общества и власти, а не предпринимателей. Когда иностранные инвесторы уже пришли в страну или ее конкретный регион, то их дальнейшую активность эксперты оценивают с позиций сугубо экономического анализа. Как показал пример *Takeda*, по-

сле приобретения местных компаний (например, ради их технологий или знаний о местных рынках сбыта) иностранный инвестор может стремиться упростить географический рисунок своих дочерних сетей за счет приближения к столице и продажи ряда предприятий в провинции. Иначе говоря, несмотря на использование доминирующих в современной экономике развитых стран слияний и поглощений как вида ПИИ, плохо знакомый с деталями ведения местного бизнеса иностранный инвестор «возвращается» к более ранним, комфортным для себя стадиям пространственной диффузии. При этом деловая активность на данном направлении не сворачивается — в случае японской фармацевтической компании она просто перенесена в более комфортные для нее страны (Германию, Великобританию, Швейцарию).

Вместе с тем, необходимо учитывать еще один фактор, который в этой статье не рассматривался, — на зрелых стадиях не только становится высока собственная информированность иностранных инвесторов, но они еще начинают активно сотрудничать с другими иностранными компаниями и местным бизнесом. Это в большой мере искажает любые базовые модели распространения ПИИ в пространстве.

Благодарности: исследование выполнено по гранту РНФ № 19-18-00251 «Социально-экономическое развитие крупных городов Европы: влияние иностранных капиталовложений и трудовых миграций».

Список литературы

1. Гурова И. П. Региональное распределение прямых иностранных инвестиций в российской экономике // Регион: экономика и социология. 2019. № 3. С. 216—239. doi: 10.15372/REG20190309.
2. Кузнецова О. В. Роль иностранного капитала в экономике российских регионов: возможности оценки и межрегиональных различий // Проблемы прогнозирования. 2016. № 3. С. 59—70.
3. Растворцева С. Н., Терновский Д. С. Факторы концентрации экономической активности в регионах России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 2. С. 153—170. doi: 10.15838/esc.2016.2.44.9.
4. Кузнецов А. В. Особенности анализа географии зарубежных инвестиций транснациональных корпораций // Балтийский регион. 2016. Т. 8, № 3. С. 30—44. doi: 10/5922/2074-9848-2016-3-2.
5. Hotelling H. Stability in Competition // The Economic Journal. 1929. Vol. 39, № 153. P. 41—57.
6. Vernon R. The Harvard Multinational Enterprise Project in historical perspective // Transnational Corporations. 1999. Vol. 8, № 2. P. 35—49.
7. Vaupel J. W., Curhan J. P. The Making of Multinational Enterprise: A Sourcebook of Tables Based on a Study of 187 Major U. S. Manufacturing Corporations. Boston, 1969.
8. Davidson W. H. The Location of Foreign Direct Investment Activity: Country Characteristics and Experience Effects // Journal of International Business Studies. 1980. Vol. 11, № 2. P. 9—22.
9. Кузнецов А. В. Германия: современные особенности географии прямых зарубежных инвестиций // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. 1999. Вып. 14. С. 69—81 URL: <http://www.geogr.msu.ru/cafedra/segzgs/nauchd/pubs/Voprosy%20zarubejki%2014.pdf> (дата обращения: 16.07.2021).
10. Johanson J., Vahlne J.-E. The Internationalization Process of the Firm — A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments // Journal of International Business Studies. 1977. Vol. 8, № 1. P. 23—32.
11. Håkanson L. Towards a Theory of Location and Corporate Growth // Spatial analysis, industry and the industrial environment / ed. by F.E.I. Hamilton, G.J.R. Linge. Chichester ; N.Y., 1979. P. 115—138.
12. Rennie M. Born Global // McKinsey Quarterly. 1993. Vol. 4, Autumn. P. 45—52.
13. Oviatt B. M., McDougall P. Ph. Toward a Theory of International New Ventures // Journal of International Business Studies. 1994. Vol. 25, № 1. P. 45—64.

14. Øyna S., Alon I. A Review of Born Globals // *International Studies of Management & Organization*. 2018. Vol. 48, № 2. P. 157—180. doi: 10.1080/00208825.2018.1443737.
15. Deng Z., “Bryan” Jean R.-J., Sinkovics R. R. Rapid expansion of international new ventures across institutional distance // *Journal of International Business Studies*. 2018. Vol. 49, iss. 8. P. 1010—1032. doi: 10.1057/s41267-017-0108-6.
16. Johanson J., Vahlne J.-E. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership // *Journal of International Business Studies*. 2009. Vol. 40, iss. 9. P. 1411—1431.
17. Håkanson L., Kappen P. The ‘Casino Model’ of Internationalization: An Alternative Uppsala Paradigm // *Journal of International Business Studies*. 2017. Vol. 48, iss. 9. P. 1103—1113. doi: 10.1057/s41267-017-0113-9.
18. Schlunze R. D. Spatial Diffusion of Japanese Firms in West Germany and West Berlin from 1955 to 1989 // *Geographical Review of Japan. Series B*. 1992. Vol. 65, № 1. P. 32—56.
19. Кузнецов А. В. Территориальное развитие фирм как причина межрегиональных различий в интенсивности внешнеэкономических связей // *Научные труды Института экономики переходного периода*. 2002. № 38P. С. 8—44 URL: https://www.iep.ru/files/text/working_papers/38.pdf (дата обращения: 16.07.2021).
20. *Multinationals from Developing Countries* / ed. by K. Kumar, M.G. McLeod. Lexington (MA) ; Toronto, 1981.
21. *The rise of transnational corporations from emerging markets: threat or opportunity?* / ed. by K. P. Sauvant. Cheltenham ; Northampton (MA), 2008.
22. García-Lillo F., Claver E., Marco-Lajara B. et al. MNEs from emerging markets: a review of the current literature through “bibliographic coupling” and social network analysis // *International Journal of Emerging Markets*. 2021. Vol. 16, № 8. P. 1912—1942. doi: 10.1108/IJOEM-03-2019-0170.
23. Buckley P. J. et al. *Foreign Direct Investment, China and the World Economy*. Chippingham ; Eastbourne, 2010.
24. Kim J.-Y. The Evolution of South Korean outward FDI: Internationalisation Strategies, FDI motives, and Location Choice. PhD Thesis. Warwick, 2017. URL: http://wrap.warwick.ac.uk/98021/1/WRAP_Theses_Kim_2017.pdf (дата обращения: 16.07.2021).
25. Saikia M. Location Determinants of Indian Multinationals: A Multilevel Analysis // *Global Business Review*. 2020. Vol. 21, iss. 5. P. 1200—1217. doi: 10.1177/0972150919857014.
26. Stallkamp M., Pinkham B. C., Schotter A. P.J., Buchel O. Core or periphery? The effects of country-of-origin agglomerations on the within-country expansion of MNEs // *Journal of International Business Studies*. 2018. Vol. 49, iss. 8. P. 942—996. doi: 10.1057/s41267-016-0060-x.
27. Kaartemo V. The Motives of Chinese Foreign Investments in the Baltic Sea Region // *Electronic Publications of Pan-European Institute*. 2007. № 7. URL: https://www.utu.fi/sites/default/files/media/Kaartemo_72007.pdf (дата обращения: 16.07.2021).
28. Kalendiené J., Pukeliené V., Dapkus M. Chapter 4: Nordic-Baltic Countries and China: Trends in Trade and Investment // *The New Silk Road: China Meets Europe in the Baltic Sea Region* / ed. by J.-P. Larçon. Singapore, 2017. P. 77—103. doi: 10.1142/9789813221819_0004.
29. *World Investment Report 2021: Investing in Sustainable Recovery*. Geneva, 2021.
30. *MNEs from Emerging Markets: New Players in the World FDI Market* / ed. by K. P. Sauvant, V. P. Govitrikar, K. Davies. N.Y., 2011. URL: https://ccsi.columbia.edu/sites/default/files/content/docs/publications/EMGP_-_eBook_PDF_2_11.pdf (дата обращения: 16.07.2021).

Об авторе

Алексей Владимирович Кузнецов, доктор экономических наук, член-корреспондент РАН, профессор кафедры интеграционных процессов, МГИМО МИД России, Россия; директор, ИНИОН РАН, Россия.

E-mail: kuznetsov_alexei@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-5172-9924>

SPATIAL DIFFUSION OF ASIAN DIRECT INVESTMENTS IN THE NORTHERN EUROPEAN EU COUNTRIES

A. V. Kuznetsov

MGIMO-University
76, Vernadskogo avenue, Moscow, Russia, 119454
Institute of Scientific Information for Social Sciences
Russian Academy of Sciences
51/21 Nakhimovski avenue, Moscow, Russia, 117418

Received 14.10.2021
doi: 10.5922/2079-8555-2021-4-2
© Kuznetsov A. V., 2021

The first publications on the spatial diffusion of foreign direct investment (FDI) appeared in the 1970s-1990s. Since then, many of their provisions have been repeatedly criticized as outdated and inconsistent with the empirical evidence of the current stage of globalisation. Previously, only examples of 'newcomers' to internationalisation were used to illustrate distinct phases in the expansion of transnational companies and their effort to first establish themselves in major economic centres, as the factor of gradually growing awareness of potential investors began to play an important role. This article aims to show the persistent character of FDI spatial diffusion patterns and their correlation with the existing hierarchy of cities. In our research, we used the example of Asian companies working in the Baltic countries, Finland, Sweden and Denmark, newcomers to internationalisation, not affected by the 'neighbourhood effect', and contrasted them with Western European investors. We confirmed the validity of the hierarchical wave model of the FDI spatial diffusion with the dominance of metropolitan urban agglomerations. It was also found that mergers and acquisitions are dominant forms of FDI in developed countries. Their ascendancy leads both to a distortion of the geographical pattern of subsidiaries networks of investor companies and to the intention of investors to sell their assets in provinces and move their head offices closer to capital cities. Consequently, there is a simplification of the structure of businesses, which is typical of the earlier stages of the FDI spatial diffusion.

Keywords:

foreign direct investment, Asian multinational enterprises, Baltic region cities, FDI spatial diffusion

References

1. Gurova, I.P. 2019, Regional Distribution of Foreign Direct Investment in Russian Economy, *Region: ekonomika i sotsiologiya* [Region: Economy and Sociology], no. 3, p. 216–239. doi: <https://doi.org/10.15372/reg20190309> (in Russ.).
2. Kuznetsova, O.V. 2016, The Role of Foreign Capital in the Economies of Regions of Russia: Possibilities of Assessments and Interregional Differences, *Studies on Russian Economic Development*, vol. 27, no. 3, p. 276–285. doi: <https://doi.org/10.1134/S1075700716030096>.
3. Rastvortseva, S.N., Ternovskiy, D.S. 2016, Concentration factors in economic activities in Russian regions, *Ekonomicheskiye i sotsial'niye peremeni: fakti, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes: Facts, Tendencies and Outlook], no. 2, p. 153–170. doi: <https://doi.org/10.15838/esc.2016.2.44.9> (in Russ.).
4. Kuznetsov, A.V. 2016, Framework for the analysis of geography of transnational corporations investments abroad, *Balt. Reg.*, vol. 8, no. 3, p. 22–32. doi: <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2016-3-2>.
5. Hotelling, H. 1929, Stability in Competition, *The Economic Journal*, vol. 39, no. 153, p. 41–57.

To cite this article: Kuznetsov A. V., 2021, Spatial diffusion of Asian direct investments in the northern European EU countries, *Balt. Reg.*, Vol. 13, no 4, p. 21–35. doi: 10.5922/2079-8555-2021-4-2.

6. Vernon, R. 1999, The Harvard Multinational Enterprise Project in historical perspective, *Transnational Corporations*, vol. 8, no. 2, p. 35–49.
7. Vaupel, J.W., Curhan, J.P. 1969, *The Making of Multinational Enterprise: A Sourcebook of Tables Based on a Study of 187 Major U.S. Manufacturing Corporations*, Boston, Harvard Business School Press, xxiv, 511 p.
8. Davidson, W.H. 1980, The Location of Foreign Direct Investment Activity: Country Characteristics and Experience Effects, *Journal of International Business Studies*, vol. 11, no. 2, p. 9–22.
9. Kuznetsov, A.V. 1999, Germany: current specifics of foreign direct investment geography, *Voprosi ekonomicheskoy i politicheskoy geografii zarubezhnih stran* [Questions of Economic and Political Geography of Foreign Countries], no. 14, p. 69–81, available at: <http://www.geogr.msu.ru/cafedra/segzs/nauchd/pubs/Voprosy%20zarubejki%2014.pdf> (in Russ.) (accessed 16.07.2021).
10. Johanson, J., Vahlne, J.-E. 1977, The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments, *Journal of International Business Studies*, vol. 8, no. 1, p. 23–32.
11. Håkanson, L. 1979, Towards a Theory of Location and Corporate Growth. In: Hamilton, F.E.I., Linge, G.J.R. (eds.) *Spatial analysis, industry and the industrial environment*, Chichester & New York, Wiley, p. 115–138.
12. Rennie, M. 1993, Born Global, *McKinsey Quarterly*, no. 4, Autumn, p. 45–52.
13. Oviatt, B.M., McDougall, P.Ph. 1994, Toward a Theory of International New Ventures, *Journal of International Business Studies*, vol. 25, no. 1, p. 45–64.
14. Øyna, S., Alon, I. 2018, A Review of Born Globals, *International Studies of Management & Organization*, vol. 48, no. 2, p. 157–180. doi: <https://doi.org/10.1080/00208825.2018.1443737>.
15. Deng, Z., “Bryan” Jean, R.-J., Sinkovics, R.R. 2018, Rapid expansion of international new ventures across institutional distance, *Journal of International Business Studies*, vol. 49, no. 8, p. 1010–1032. doi: <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0108-6>.
16. Johanson, J., Vahlne, J.-E. 2009, The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership, *Journal of International Business Studies*, vol. 40, no. 9, p. 1411–1431.
17. Håkanson, L., Kappen, P. 2017, The ‘Casino Model’ of Internationalization: An Alternative Uppsala Paradigm, *Journal of International Business Studies*, vol. 48, no. 9, p. 1103–1113. doi: <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0113-9>.
18. Schlunze, R.D. 1992, Spatial Diffusion of Japanese Firms in West Germany and West Berlin from 1955 to 1989, *Geographical Review of Japan. Series B*, vol. 65, no. 1, p. 32–56.
19. Kuznetsov, A.V., 2002, Territorial development of firms as a cause of interregional contrasts in intensity of foreign economic relations, *Nauchniye trudi Instituta ekonomiki perekhodnogo perioda* [Proceedings of IEP], no. 38R, p. 8–44, available at: https://www.iep.ru/files/text/working_papers/38.pdf (in Russ.) (accessed 16.07.2021).
20. Kumar, K., McLeod, M.G. (ed.). 1981, *Multinationals from Developing Countries*, Lexington (MA) & Toronto: LexingtonBooks, xxvi, 213 p.
21. Sauvant, K.P. (ed.) 2008, *The Rise of Transnational Corporations from Emerging Markets: Threat or Opportunity?* Cheltenham & Northampton (MA), Edward Elgar, Xxii, 391 p.
22. García-Lillo, F., Claver, E., Marco-Lajara, B., Seva-Larrosa, P., Ruiz-Fernández, L. 2021, MNEs from emerging markets: a review of the current literature through “bibliographic coupling” and social network analysis, *International Journal of Emerging Markets*, vol. 16, no. 8, p. 1912–1942. doi: <https://doi.org/10.1108/IJOEM-03-2019-0170>.
23. Buckley, P.J. et al. 2010, *Foreign Direct Investment, China and the World Economy*, Cheltenham and Eastbourne, Palgrave Macmillan, xii, 433 p.
24. Kim, J.-Y. 2017, *The Evolution of South Korean outward FDI: Internationalisation Strategies, FDI motives, and Location Choice*, PhD Thesis, Warwick, University of Warwick, 125 p., available at: http://wrap.warwick.ac.uk/98021/1/WRAP_Theses_Kim_2017.pdf (accessed 16.07.2021).
25. Saikia, M. 2020, Location Determinants of Indian Multinationals: A Multilevel Analysis, *Global Business Review*, vol. 21, no. 5, p. 1200–1217. doi: <https://doi.org/10.1177/0972150919857014>.

26. Stallkamp, M., Pinkham, B.C., Schotter, A.P.J., Buchel, O. 2018, Core or periphery? The effects of country-of-origin agglomerations on the within-country expansion of MNEs, *Journal of International Business Studies*, vol. 49, no. 8, p. 942–996. doi: <https://doi.org/10.1057/s41267-016-0060-x>.

27. Kaartemo, V. 2007, The Motives of Chinese Foreign Investments in the Baltic Sea Region, *Electronic Publications of Pan-European Institute*, no. 7, 120 p., available at: https://www.utu.fi/sites/default/files/media/Kaartemo_72007.pdf (accessed 16.07.2021).

28. Kalendienė, J., Pukelienė, V., Dapkus, M. 2017, Chapter 4: Nordic-Baltic Countries and China: Trends in Trade and Investment. In: Larçon, J.-P. (ed.) *The New Silk Road: China Meets Europe in the Baltic Sea Region*, Singapore, World Scientific, p. 77–103. doi: https://doi.org/10.1142/9789813221819_0004.

29. *World Investment Report 2021: Investing in Sustainable Recovery*, 2021, Geneva, UNCTAD, xvi, 270 p.

30. Sauvant, K.P., Govitrikar, V.P., Davies, K. (ed.) 2011, *MNEs from Emerging Markets: New Players in the World FDI Market*, New York, VCC, xxi, 397 p., available at: https://ccsi.columbia.edu/sites/default/files/content/docs/publications/EMGP_-_eBook_PDF_2_11.pdf (accessed 16.07.2021).

The author

Prof. Alexey Kuznetsov, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Professor, MGIMO-University, Russia; Director, Institute of Scientific Information for Social Sciences Russian Academy of Sciences, Russia

E-mail: kuznetsov_alexei@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-5172-9924>
