

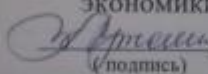
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

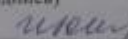
Институт «Высшая школа экономики и менеджмента»

Кафедра Международной экономики и менеджмента

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ ПЕРЕД ГЭК

Зав. кафедрой Международной
экономики и менеджмента

 Ружанская Л.С.
(подпись) (Ф.И.О.)

« 06 »  2019 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ


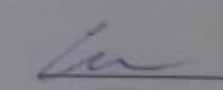
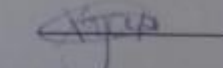
**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЕ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В
СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Руководитель: Львова М. И.

К.э.н., доцент

Нормоконтролер: Стерхов А. В.

Студент группы ЭММ-272404 Хуан Тао

Екатеринбург
2019

Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические аспекты развития международных корпорации и особенности их функционирования	6
1.1 Международные корпорации: классификация, отличительные черты и роль в развитии международных отношений	
1.2 Причины возникновения международных корпораций в мире	24
2. Особенности развития ТНК России и Китая.....	30
2.1 Особенности становления, развития и функционирования ТНК России и Китая.....	30
2.2 Неакционерные формы экспансии транснациональных корпораций	44
3. Комплексный анализ развития транснациональной компании Huawei	
3.1 История международного развития Huawei и текущая ситуация	
3.2 SWOT – анализ и рекомендация для Huawei	
Заключение	77
Список использованных источников	82

Введение

Актуальность темы исследования. В процессе усиления глобализации и транснационализации хозяйственной жизни произошел значительный рост международного производства, которое охватывает почти все страны мира, характеризуется различными видами экономической деятельности, объединяет разнообразные по своему происхождению ресурсы. Движущей силой системы международного производства выступают транснациональные корпорации (ТНК), которые превратились в важный фактор мирового воспроизводственного процесса. Именно они играют ведущую роль в интернационализации производства, расширении и углублении производственных связей между предприятиями разных стран.

Развитие системы международного производства ТНК связано не только с традиционными цепями создания стоимости как формирования системы филиалов, но и с другими формами международного сотрудничества, в частности с неакционерными формами операций. Эти формы операций увеличивают количество участников системы международного производства, модифицируют характер производственных связей в этой системе.

Исследованию проблематики, связанной с деятельностью ТНК, развитием международного производства транснациональных корпораций, глобальными цепочками создания стоимости, посвящено достаточно много научных публикаций как зарубежных ученых, таких как П. Бакли, С. Гаймер, Д. Гроссман, Дж. Даннинг, М. Портер, так и отечественных – Е. М. Аксенова, Е. В. Наливайченко, И. Г. Животовская, Н. А. Волгина, А. Г. Джалилова.

Однако в настоящее время существует ряд актуальных вопросов, которые требуют дополнительного исследования, учитывая современные особенности и тенденции развития международного производства, связанные с деятельностью ТНК в функционировании глобальных цепей создания добавленной стоимости.

В рамках ТНК осуществляется перераспределение значительной части ресурсов. Их власть и влияние на интеграционные процессы обуславливаются концентрацией контроля над такими стратегически важными сферами, как финансы, рабочая сила, технологии, поставки сырья и компонентов, услуги и сбыт. Иными словами, транснациональные корпорации являются основным субъектом процесса глобализации экономики¹. Стратегии, реализуемые ТНК, во многом определяют векторы развития мировой экономики и ее структурную и географическую характеристику на ближайшие годы. Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы транснационализации мировой экономики и менеджмента транснациональных корпоративных структур лежат в поле внимания таких исследователей, как Д. Галлямова, Ч. Гил, Л. Градобитова, Р. Дафт, Дж. Дениэлс, Т. Исаченко, Дж. Майер, С. Пятибратов, Л. Радеба, Д. Салливан, А. Уваров и др. Исследованию подходов к стратегическому планированию ТНК посвящены научные труды ряда российских (В. Борисова, О. Виханский, А. Зуб, Д. Кныш, М. Локтионов, А. Талиманчук) и зарубежных (М. Альберт, И. Ансофф, П. Дойль, Ф. Давид, М. Мескон, М. Портер, Ф. Хедоури) ученых. Вместе с тем усложнение глобальной среды требует развития научно-методических подходов к выбору и адаптации стратегии ТНК к конкретным условиям. В связи с этим особую актуальность приобретает задача выделения основных разновидностей стратегий ТНК в условиях глобализации.

Цель выпускной квалификационной работы – исследовать особенности развитие транснациональных корпораций в современном этапе.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Исследование сущностные характеристики ТНК в исторических ретроспективы.

¹ Statistics Overview // United Nations Conference on Trade and Development. URL: <http://www.unctad.org/> (accessed: 10.03.2019).

2. Выделять факторы влияющие на развитие ТНК.
3. Комплексный анализ развития транснациональной компании Huawei.
4. Разработка с учётом странновых особенности.

Объектом исследования выступают транснациональная компания Huawei.

Предметом исследования в данной работе выступают факторы, влияющие на функционирование транснациональных корпораций.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 3 глав, в которых описаны поставленные задачи и сделаны выводы, заключения, а также списка использованной литературы.

В первой главе рассмотрены причины возникновения международных корпораций в мире, международные корпорации: классификация и отличительные черты, а также роль ТНК в развитии международных отношений

Вторая глава посвящена особенностям становления, развития и функционирования ТНК России. Здесь выполнена оценка эффективности функционирования ТНК Китая, рассмотрены неакционерные формы экспансии транснациональных корпораций.

В третьей главе изучены комплексный анализ развития транснациональной компании Huawei, а также перспективные направления развития ТНК Huawei в современных условиях.

Глава 1. Теоретические аспекты развития международных корпорации и особенности их функционирования

1.1 Международные корпорации: классификация, отличительные черты и роль в развитии международных отношений

Объединенные корпорации являются более диверсифицированными и мобильными, зачастую приобретают транснациональный характер. Поддерживать равноправные отношения в таких объединениях гораздо удобнее с крупными акционерами, в роли которых чаще всего выступают финансовые фонды, банки, то есть компании, которые фактически получают возможность контроля над объединенной корпорацией².

Корпорации называют многонациональными, транснациональными, планетарными, глобальными, мировыми, межнациональными, супернациональными, наднациональными, интернациональными, международными и др. Такое многообразие терминологии отчасти объясняется тем, что при анализе деятельности корпораций для их характеристики используются различные критерии как количественного, так и качественного порядка. Кроме того, западные ученые, стремясь подчеркнуть тот или иной аспект деятельности корпораций, используют определение, которое концентрирует внимание на выбранном аспекте анализа. Однако практически во всех определениях транснациональные корпорации рассматриваются как корпорации, осуществляющие деятельность международного характера и, следовательно, являющиеся субъектами международных экономических отношений.

С началом процесса экономической глобализации связана

² Трифонова, И. В. Роль транснациональных корпораций в глобализации мировой экономики [Текст]: статья / И. В. Трифонова // Молодой ученый. — 2016. — №9. — С. 243-245.

активизация международного бизнеса компаний. Международный бизнес – это установление и развитие устойчивых, долговременных производственных, научно-технических, финансовых и коммерческих связей между предприятиями разных стран.

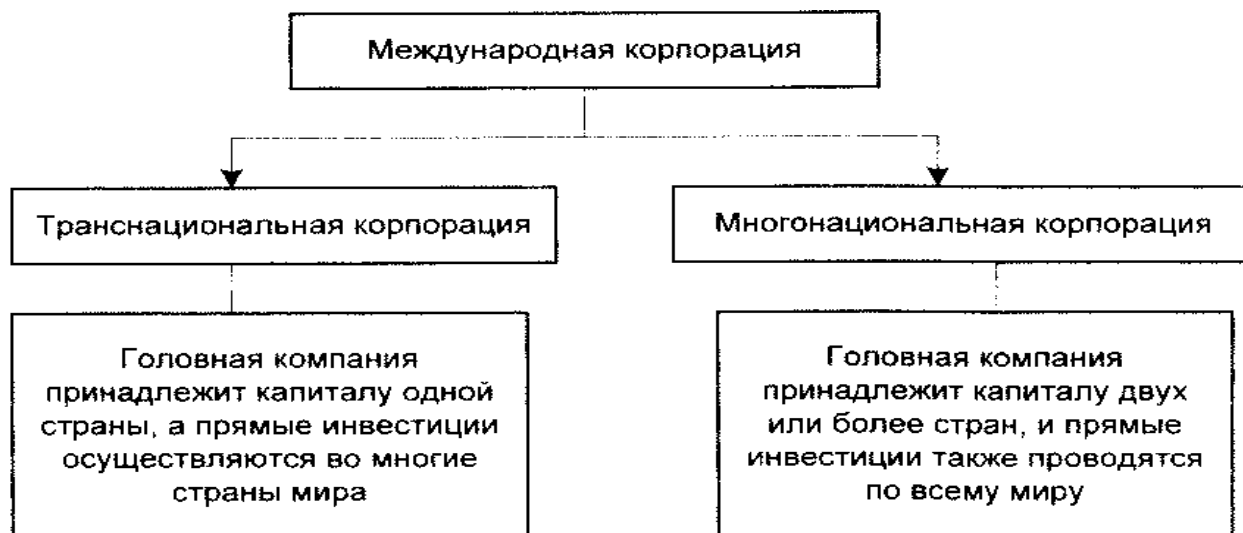


Рис. 1.1. Виды международных корпораций³

В таблице 1.1 автором систематизирована сравнительная характеристика видов международных корпораций, их сильные и слабые стороны для развития российской экономики.

³ Арсеньев, М.С. Транснациональные корпорации [Текст]: статья // Российский экономический журнал. – 2017. – №12.

Таблица 1.1. – Виды международных корпораций, встречающихся в российской практике⁴

	Иностранные компании, действующие на российском рынке, имеющие здесь филиалы, представительства, дочерние предприятия	Отечественные по происхождению, но действующие на международных рынках в силу их высокой конкурентоспособности	Международные по капиталу (российские с международным участием) и реализующие продукцию как в РФ, так и за ее пределами
Возможности для российской экономики	Создание и внедрение на рынки новой продукции, использование инновационных технологий, качественный рост промышленности	Высокий уровень доходов от экспорта нефти и газа в российский бюджет	Сокращение расходов за счёт использования финансовых ресурсов других стран
Проблемы (угрозы) для российской экономики	Установление монопольно высоких цен, манипулирование ценами в целях ухода от выплаты налогов, отток капитала за рубеж	Недостаточное развитие других отраслей экономики	Сокращение налоговых поступлений, возникновение конфликтов на межнациональной почве, переезд высококвалифицированных специалистов в другие страны

Международные корпорации оказывают значительное влияние на развитие России, благодаря созданию дополнительных рабочих мест, росту объема произведенной продукции, модернизации производства,

⁴ Черкасова, Н.Н. Вопрос потенциала развития транснациональных компаний в мировой политике [Текст]: статья / Н.Н. Черкасова, В.С. Шабалина // Наука и мир. – 2016. – № 5 (33). Т.2 – С. 177-180.

дополнительным отчисления в бюджет, заимствованию западного опыта менеджмента. Активные инвестиционные вложения, как отечественных компаний, так и зарубежных способствуют интенсивному развитию научно-исследовательских и конструкторских разработок (НИОКР). В последнее время, огромное влияние оказывает процесс внедрения инноваций в менее развитых регионах. Однако нельзя забывать и об отрицательных моментах. Корпорации могут устанавливать монопольно высокие цены, если продукция, которую они производят уникальна. Кроме того, присутствует поле для манёвра: манипулирование ценами, в целях ухода от выплаты налогов. К отрицательным сторонам можно также отнести подавление региональных фирм; перенос производства, загрязняющего окружающую среду, в развивающиеся страны; возможность оказывать влияние на политику правительства данной страны. В процессе изучения экономической деятельности международных корпораций, были проанализированы основные финансовые показатели: чистая прибыль, EBITDA, выручка. В исследовании были рассмотрены корпорации: Лукойл⁵, PepsiCo и The Coca-Cola Company.

Важным показателем для финансового анализа международных корпораций является чистая прибыль. На рисунке 1.2 представлена динамика чистой прибыли известных корпораций за 2012-2016 гг. (составлено автором на материалах сайтов компаний⁶⁷⁸).

⁵ Лукойл – финансовые отчеты предприятия [электронный ресурс]. URL: <http://www.lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/ReportsAndPresentations/FinancialReports>

⁶ Лукойл – финансовые отчеты предприятия [электронный ресурс]. URL: <http://www.lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/ReportsAndPresentations/FinancialReports>

⁷ The Coca-Cola Company. Investors Info: Financial Reports and Information [электронный ресурс]. URL: <https://www.coca-colacompany.com/investors/investors-info-reports-and-financial-information>.

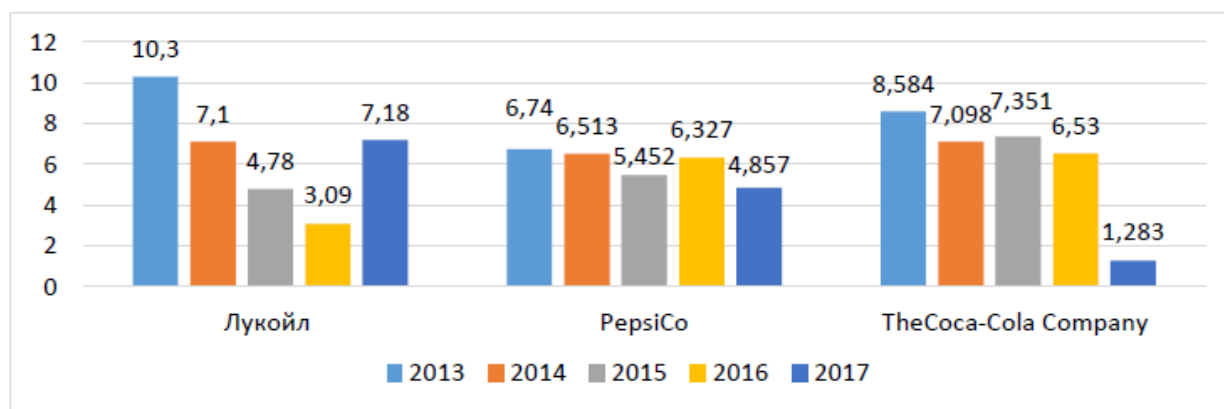


Рисунок 1.2 – Чистая прибыль международных корпораций в динамике за 2013-2017 годы (в млрд долларов)

На представленной выше диаграмме видно, что в 2014-2016 гг. чистая прибыль компании Лукойл стабильно уменьшалась. Данное обстоятельство было связано главным образом с неденежным эффектом по курсовым разницам из-за волатильности валютного курса. В 2014 году на фоне резкого падения курса рубля, снизились цены и на природные ресурсы (нефть и нефтепродукты), что уменьшило чистую прибыль данной корпорации, ведь почти 67 % выручки компании приходится на продажи нефтепродуктов.

Корпорации The Coca-Cola Company и PepsiCo специализируются на продаже потребительских товаров (продуктов питания). В России продукция данных корпораций представлена большим количеством брендов. У корпорации The Coca-Cola Company в динамике за 2013 — 2017 гг. наблюдаются более резкие изменения по показателям чистой прибыли и заметна общая тенденция её уменьшения (небольшой подъём присутствует в 2015 году). Причиной снижения чистой прибыли в 2017 году, по данным компании, являются структурные изменения. Кроме того, согласно новому закону США, компания заплатила единовременный налог с доходов за

⁸ PepsiCo's Annual Reports and Proxy Statements [электронный ресурс]. URL: <http://www.pepsico.com/Investors/Annual-Reports-and-Proxy-Information#ProxyInformation>

рубежом, который в IV квартале 2017 года составил 3,6 млрд долларов⁹. В противоположность The Coca-Cola Company чистая прибыль корпорации PepsiCo не претерпевает таких же значительных изменений. На стыке 2015 и 2016 гг. произошёл подъём на 875 млн. долларов, а в 2017 году данный показатель уменьшился по сравнению с предыдущим на 1,47 млрд. долларов.

Еще одним важным показателем оценки эффективности функционирования международных корпораций является индикатор EBITDA (от англ. Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) - аналитический показатель, равный объёму прибыли до вычета расходов по выплате процентов, налогов и начисленной амортизации и выручку. На рисунке 1.3 представлен показатель EBITDA корпораций Лукойл, The Coca-Cola Company и PepsiCo в динамике за 2013-2017 гг. (составлено автором на материалах сайтов компаний¹⁰¹¹¹²).

⁹ The Coca-Cola Company. Investors Info: Financial Reports and Information [электронный ресурс]. URL: <https://www.coca-colacompany.com/investors/investors-info-reports-and-financial-information>.

¹⁰ Лукойл – финансовые отчеты предприятия [электронный ресурс]. URL: <http://www.lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/ReportsAndPresentations/FinancialReports>

¹¹ The Coca-Cola Company. Investors Info: Financial Reports and Information [электронный ресурс]. URL: <https://www.coca-colacompany.com/investors/investors-info-reports-and-financial-information>.

¹² PepsiCo's Annual Reports and Proxy Statements [электронный ресурс]. URL: <http://www.pepsico.com/Investors/Annual-Reports-and-Proxy-Information#ProxyInformation>

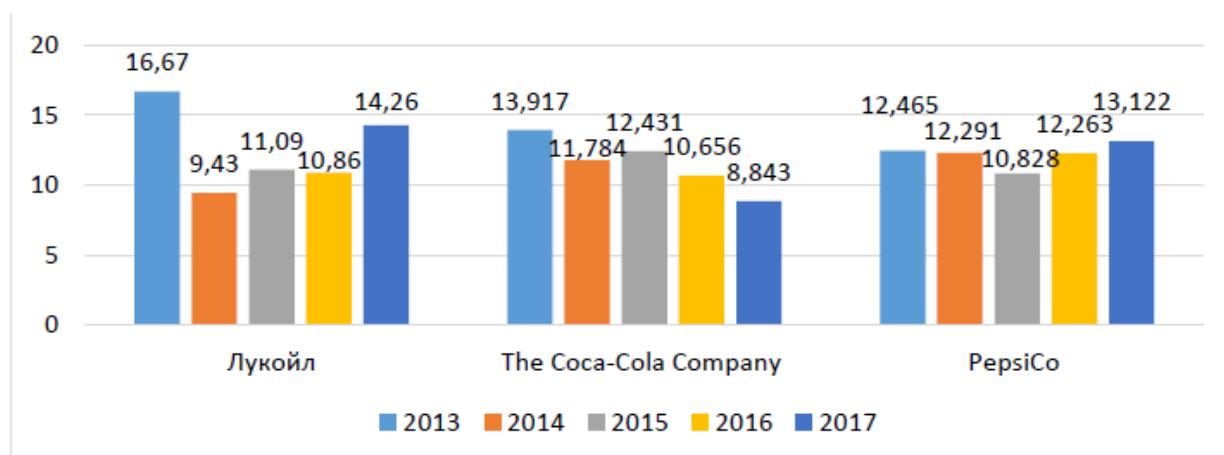


Рисунок 1.3 – Показатель EBITDA международных корпораций в 2013-2017 гг. (в млрд долларов)

Показатель EBITDA рассчитывается на основании финансовой отчётности корпорации и служит для оценки того, насколько прибыльна деятельность компании без учёта амортизационных отчислений. Индикатор позволяет определить эффективность деятельности компании независимо от её задолженности перед различными кредиторами и государством, а также от метода начисления амортизации. Наибольший показатель EBITDA в 2017 году зафиксирован у корпорации Лукойл, так как именно для нее характерны максимальные объёмы прибыли на российском рынке.

Показатель EBITDA международных корпораций The Coca-Cola Company и PepsiCo за тот же период оказался меньше в 1,6 и 1,08 раза соответственно.

Особое внимание следует уделить показателю выручки, благодаря которой международные корпорации возмещают материальные затраты на сырьё, материалы, топливо, электроэнергию и другие предметы труда. Динамика показателя выручки международных корпораций Лукойл, The Coca-Cola Company и PepsiCo представлена на рисунке 1.4 (составлено

автором на материалах сайтов компаний¹³¹⁴¹⁵).

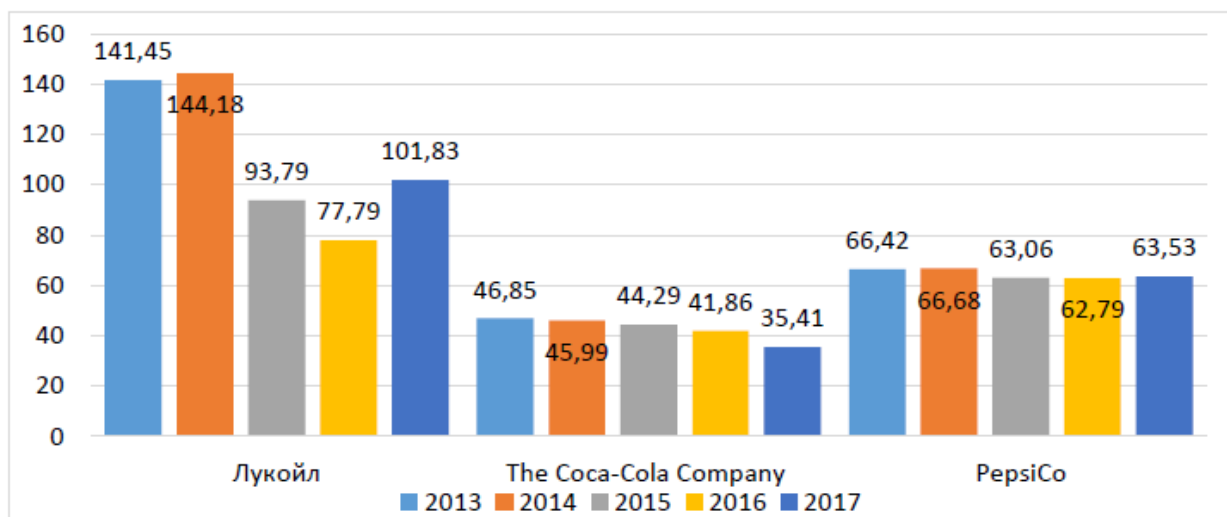


Рисунок 1.4 – Выручка международных корпораций в 2013-2017 гг. (в млрд долларов)

Выручка – полная сумма денежных средств, полученная корпорацией от реализации всей или части произведённой продукции, услуг, работ за определённый период. Лукойл обладает самым высоким показателем выручки, как одна из самых крупных российских международных компаний в целом и в представленной выборке в частности. Данный показатель превышает значение The Coca-Cola Company в 2017 году в 2,88 раза и PepsiCo – в 1,6 раза. Своевременное поступление выручки обеспечивает непрерывность кругооборота средств, бесперебойность производственного процесса. Её несвоевременное поступление связано с простоем в производстве, снижением прибыли, нарушением долговых обязательств и

¹³ The Coca-Cola Company. Investors Info: Financial Reports and Information [электронный ресурс]. URL: <https://www.coca-colacompany.com/investors/investors-info-reports-and-financial-information>.

¹⁴ PepsiCo's Annual Reports and Proxy Statements [электронный ресурс]. URL: <http://www.pepsico.com/Investors/Annual-Reports-and-Proxy-Information#ProxyInformation>

¹⁵ Лукойл – финансовые отчеты предприятия [электронный ресурс]. URL: <http://www.lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/ReportsAndPresentations/FinancialReports>

штрафными санкциями.

Подводя итоги, необходимо отметить, что в современном мировом хозяйстве международные корпорации являются одним из ведущих субъектов производственных, торговых, валютно-финансовых, научно-технических процессов и воздействуют на экономики принимающих стран через перемещение капитала в форме прямых иностранных инвестиций (ПИИ), экспорта товаров и услуг, а также играют важную роль в передаче ноу-хау, технологий и инноваций. Сравнительный анализ ряда крупных международных корпораций по следующим финансовым показателям: чистая прибыль, выручка и EBITDA показал, что условия мирового финансового кризиса отразились на деятельности международных корпораций через снижение платежеспособного спроса на продукцию, что выразилось в тенденции снижения выручки от реализации и прибыли компании. Тем не менее, международные корпорации продолжают обеспечивать свое развитие в значительной мере за счет механизмов самофинансирования, осуществляя значительные капитальные вложения во многих странах мира и активно финансируя развитие научно-исследовательской и проектной деятельности.

Стратегическое развитие ТНК в современном мире многовариантно, однако оно, безусловно, нацелено на успешное преодоление неопределенности бизнес-среды, максимальное снижение издержек ввиду обострения конкуренции и увеличения стоимости инноваций, а также достижение оперативной гибкости. При этом важно отметить, что общемировые стратегии ТНК реализуются при условии благоприятного национального режима для прямых иностранных инвестиций¹⁶.

В процессе выхода на новые рынки международная корпорация сталкивается с необходимостью делать выбор в пользу глобальной

¹⁶ Журнала Fortune – Режим доступа - <http://fortune.com/global500/list/70> МЛ-28 25-26 апреля 2018 года ISBN 978-5-9908274-9-3

интеграции или высокой скорости реакции на этих рынках. В первом случае материнская компания использует стандартные централизованные процедуры в структурных подразделениях, во втором – предоставляет им относительную автономию.



Рис. 1.5. Факторы выбора глобальной стратегии ТНК¹⁷

Совокупность факторов, которые влияют на выбор типа глобальной стратегии ТНК, включает таким образом две группы:

- факторы, обуславливающие выбор глобальной интеграции ТНК,
- факторы, требующие быстрой реакции на местный спрос (рисунок 1.5).

Система факторов, которые способствуют выбору глобальной интеграции, получила название «давление относительно глобализации». Эти факторы можно разделить на две группы: факторы, которые способствуют расширению, и факторы, связанные со спецификой отрасли.

¹⁷ Деятельность ТНК в современном мире: политический и экономический аспекты/ Шабалина В.С., Черкасова Н.Н.// Тенденции развития науки и образования. 2016. № 13-3. С. 28-29

Первая группа состоит из либерализации торговли, наличия глобальных финансовых услуг и рынков капиталов, успехов в технологии коммуникаций.

К факторам, связанным со спецификой отрасли, принадлежат универсальные потребности потребителей, глобальные потребители, глобальные конкуренты, высокая интенсивность инвестиций, необходимость уменьшения цены¹⁸.

Система факторов, которые требуют быстрой реакции на местный спрос, имеет название «давление относительно локализации». Необходимость чувствительного реагирования на местный спрос требует от ТНК дифференцировать свое товарное предложение и маркетинговую стратегию в разных странах, чтобы приспособиться к разновидностям спроса, предопределенным национальными отличиями в потребительских предпочтениях и вкусах, каналам распределения, практике бизнеса, конкурентным условиям, политике правительства и др. [3].

В зависимости от действия давления относительно локализации и глобализации и на основе моделей международного менеджмента ТНК выбирают одну из четырех стратегий глобальной деятельности: глобальную, международную, мультирыночную или транснациональную (рисунок 1.6).

¹⁸ Глобализация как тенденция мирового развития в конце XX - начале XXI века/ Черкасова Н.Н.// В сборнике: Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития, сборник научных статей. 2016. С. 320-323.

стратегии, как правило, внедряются материнской компанией и имеют глобальный характер. Продукция производится в той части мира, где могут быть достигнуты необходимые стандарты качества с наименьшими расходами, включая транспортировку на важнейшие рынки. С практической точки зрения, крупные рынки привлекают производство из-за того, что доля рынка растет благодаря наличию производственных мощностей. Также иногда правительство страны базирования пропускает продукцию через нетарифные торговые барьеры, но в классическом варианте глобальной стратегии искусственные препятствия движению товаров отсутствуют. В последнее время фактором, определяющим географию размещения зарубежных филиалов ТНК, становится не дешевое сырье или не дорогая рабочая сила (как это было ранее), а близость рынков сбыта. Это объясняется распространением трудосберегающего и энергосберегающего производства, экономичного с точки зрения потребления энергии и сырья. Более того, ТНК привлекают в штат специалистов из тех стран, в которых начинают работать²⁰.

В настоящее время транснациональные корпорации представлены не только лишь той опорой, на которой основывается общенародное производство государств сформированной экономики, но и, превратившись в наикрупнейшие международные группы, включающие в собственную структуру множественные зарубежные отделения производственного, научно - исследовательского, снабженческого и сбытового характера, все энергичнее функционируют на международной арене, став основной мощью всемирной экономики.

Транснациональные корпорации во все большей степени становятся обуславливающим коэффициентом в целях решения судьбы того или иного государства в международной концепции финансовых взаимосвязей.

²⁰ Глобализация как тенденция мирового развития в конце XX - начале XXI века/ Черкасова Н.Н.// В сборнике: Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития, сборник научных статей. 2016. С. 320-323.

Активная производственная, инвестиционная, торговая активность ТНК дает возможность им осуществить функцию международного регулирования производства и распределения продукта. Согласно суждению специалистов Организации Объединённых Наций транснациональные корпорации, способствуют финансовой интеграции в мире²¹.

Принимающая страна во всем выигрывает от притока инвестиций. Обширное вовлечение зарубежного капитала при поддержке транснациональных корпораций содействует уменьшению безработицы в государстве. С системой производства в государстве тех продуктов, которые ранее импортировались, исключается потребность в их ввозе. Фирмы, выпускающие конкурентоспособную на мировом рынке продукцию и направленные в основном на экспортирование, в существенной степени содействуют укреплению внешнеторговых позиций государства. Преимущества, которые несут за собою иностранные компании, не ограничиваются численными показателями. Значимой является и высококачественная составная часть.

Активность ТНК вынуждает администрацию местных фирм вносить коррективы в научно - технические процедуры, сформировавшуюся практику производственных взаимоотношений, акцентировать значительные средства на подготовку и переподготовку сотрудников, больше интереса концентрировать на качество продукта, его проектирование, потребительские свойства.

За заграничными инвестициями стоит внедрение новых технологий, производство новых типов продукта, новое видение менеджмента, применение всего лучшего из практики иностранного бизнеса.

Тем не менее следует отметить, что наравне с позитивными сторонами функционирования ТНК в концепции мирового хозяйства и

²¹ Трифонова, И. В. Роль транснациональных корпораций в глобализации мировой экономики [Текст]: статья / И. В. Трифонова // Молодой ученый. — 2016. — №9. — С. 243-245.

международных финансовых взаимоотношений, есть и их отрицательное воздействие на экономику этих государств, где они функционируют. Эксперты указывают на:

1) противодействие осуществлению финансовой политики этих стран, где ТНК реализовывают собственную деятельность;

2) несоблюдение законодательства государств пребывания. Так, манипулируя политикой трансфертной стоимости, дочерние компании ТНК, функционирующие в разных государствах, мастерски обходят государственные законодательства, скрывая прибыль от налогообложения посредством перекачивания ее из одного государства в другое;

3) утверждение монопольной стоимости, диктат условий, ограничивающий интересы развивающихся государств²².

У принимающих государств несколько причин ограничивать поток непосредственных вложений согласно сопоставлению с государством базирования (статистические выгоды перекрывают общественно - политические опасности).

На фоне массовых изменений в минувшие годы проявилось очень значительное, но пока что неизученное финансовое явление, которое можно квалифицировать как формирование независимого международного капитала, начинающего «жить собственной жизнью». Доля массовых финансовых изменений повлияло на то, что транснациональный капитал стал «самостоятельным организмом» с собственной уникальной структурой и внутренними целями формирования.

Беспрепятственно перемещаемый в нынешнем финансовом пространстве транснациональный капитал располагается за пределами юрисдикции государств. Безусловно, он ищет наиболее прибыльные рынки и представляется абстрактным.

²² Терновая, О. А. Публичные компании в странах Европейского союза и публичные общества в России [Текст]: статья / О.А. Терновая // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. – 2015. – № 3. – С. 428-433.

Таким образом, видно, что транснациональные корпорации свободно применяют преимущества международной кооперации и разделения труда. Они функционируют далеко за границами собственного «родного» государства и, создавая межнациональные сложные комплексы, оказывают существенное воздействие не только лишь на экономику единичных государств, но и на состояние мировой торговли в целом. Как видно из всего вышесказанного, финансовая и общественно - политическая роль транснациональных корпораций очень велика. Они могут помочь совершенствовать взаимопонимание, доверительные взаимоотношения с государствами - партнерами, укреплять финансовое влияние на мировое производство.

Одной из причин, которая может объяснить рост влияния ТНК на мировую политику является фактор охватывания большей части мирового рынка. ТНК оказывает огромное влияние на мировую экономическую систему и на всех ее участников, в частности на государства и международные организации²³.

Наиболее крупные ТНК, такие как ExxonMobil, General Electric, и др. превратились в ведущие центры выработки и принятия политических решений и они способны влиять как на политику национальных государств, так и на союзы и коалиции²⁴.

В вопросе международных отношений пока что ТНК уступают лишь национальным государствам.

Транснациональные корпорации возникли сравнительно недавно, но уже за это время успели добиться огромного могущества. Влияние транснациональных корпораций на международные политические процессы определяется в первую очередь двумя основными составляющими. Во-

²³ Джуманалиева, А.Р. Деятельность ведущих мировых ТНК на современном этапе// IN SITU. – 2017. – С. 27-30

²⁴ Черкасова, Н.Н. Вопрос потенциала развития транснациональных компаний в мировой политике [Текст]: статья / Н.Н. Черкасова, В.С. Шабалина // Наука и мир. – 2016. – № 5 (33). Т.2 – С. 177-180.

первых, ресурсами, которыми обладает ТНК и возможностью использовать эти ресурсы в отношении мировой политики и на международной арене, во-вторых, глобализацией, которая позволила стать транснациональной корпорации, наравне с государствами, и международными организациями, полноправным участником международных отношений²⁵.

С исторической точки зрения, произошло это относительно недавно. Но на сегодняшний день ТНК играет важную роль в формировании транснациональной среды мировой политики. В современном мире именно глобализация это основная тенденция развития человечества. Именно она стала политической доминантой мирового развития и проложила путь новым участникам международных отношений – транснациональным банкам и корпорациям²⁶.

Практически сформировалась транснациональная среда мировой политики, влияние и роль абсолютно очевидные: транснациональные корпорации формируют и способствуют, а также стимулируют развитие обособленной сферы активной транснациональных взаимодействий и взаимосвязей, что расширяет, таким образом, повестку дня мировой политики и международных политических процессов. Кроме того, ТНК контролируют нетрадиционные каналы и инструменты транснациональных взаимодействий, поскольку современные коммуникационные технологии принадлежат ТНК.

Создание единого информационного пространства, и функционирование глобальной компьютерной сети, позволяет оказывать воздействие на весь мир. Интернет, который используют международные информационные агентства, позволяет перерабатывать и распространять

²⁵ Арсеньев, М.С. Транснациональные корпорации [Текст]: статья // Российский экономический журнал. – 2017. – №12.

²⁶ Черкасова, Н.Н. Вопрос потенциала развития транснациональных компаний в мировой политике [Текст]: статья / Н.Н. Черкасова, В.С. Шабалина // Наука и мир. – 2016. – № 5 (33). Т.2 – С. 177-180.

любую информацию с огромной скоростью. Информация сегодня, это четвертая власть, ведь как говорится – «Человек – это живое мыслящее существо, рожденное в океане информации».

В перспективе, можно лишь прогнозировать увеличение количества ТНК и слияние малых ТНК с более крупными, возможна некоторая монополизация корпораций²⁷.

В общем, процессы транснационализации, которые связаны с расширением и интенсификацией сфер активности ТНК, резко возросли за последнее время. В большей степени это произошло из-за возникновения новых информационных и коммуникационных технологий, значительно упрощающих и убастряющих процесс взаимодействия. Принципиально иной этап научно-технической революции оказал сильнейшее воздействие на политическое развитие мира, подобное тому, как это было в результате промышленной революции в Европе, которая обеспечила переход от преимущественно аграрной экономики к индустриальному типу развития, что в итоге привело к упрочению капитализма.

Подводя итог, можно с уверенностью констатировать, что наряду с национальными государствами и международными организациями действуют такие акторы как ТНК и ТНБ. ТНК занимает центральное место в современной мирохозяйственной системе и оказывают большое влияние на международные отношения. Анализ показывает, что в результате эволюции ТНК именно американские компании задают основные направления развития ТНК. США сформировали новый вид транснациональной корпорации, которые в первую очередь ориентированы на информационные технологии. Активным образом публичная дипломатия США в зарубежных странах использует ресурсы подобных ТНК для оказания воздействия на

²⁷ Бобина, М. Стратегические альянсы в глобальной экономике[Текст]: статья / М. Бобина // Российский экономический журнал. – МЭиМО. – 2016. – №11.

внутриполитическую ситуацию в странах²⁸. Что является примером воздействия ТНК в взаимосвязи с правительством на международные политические процессы.

1.2 Причины возникновения международных корпораций в мире

Транснационализация мировой экономики началась с формирования информационного общества и перехода к постиндустриальному типу экономического хозяйствования. В течение нескольких последних десятилетий наблюдается процесс глобализации и интеграции, как политико-экономической, так и культурной. Соответствующие изменения характерным образом оставляют свой след преимущественно в сфере экономики. Основой этих изменений является государственное и научно-техническое воздействие в вопросах формирования и развития международного взаимодействия и сотрудничества. Процессы транснационализации и глобализации мировой экономики определили направления развития экономики второй половины XX века, стимулировали ее рост и взяли ее под контроль²⁹³⁰.

Переход капитала из стран с его избытком в страны с нехваткой капитала, где, однако, есть другие факторы производства, обуславливает процесс транснационализации экономики. Он является только составляющей понятия глобализации, концентрирующей внимание лишь на закреплённых в своем статусе протекающих бизнес-процессах: деятельности транснациональных компаний (ТНК) по всему миру. Транснациональные корпорации – это предприятия и организации, являющиеся собственниками,

²⁸ Мовсесян, А. Современные тенденции в развитии и управлении ТНК/ Проблемы теории и практики управления. – 2014. – С. 34

²⁹ Градобитова Л.Д., Исаченко Т.М. Транснациональные корпорации в современных международных экономических отношениях. М.: «Анкил», 2017.

³⁰ Statistics Overview // United Nations Conference on Trade and Development. URL: <http://www.unctad.org/> (accessed: 10.03.2019).

в полной мере распоряжающиеся капиталом и иными производственными факторами вне пределов страны базирования головного офиса. Экономисты определяют ряд признаков, характеризующих предприятие как ТНК:

- филиалы и дочерние компании базируются не менее чем в 6 странах;
- минимальный оборот предприятия составляет 1 млрд долл. США;
- 25 % – минимальная доля зарубежных активов в общей стоимости активов организации;
- минимальный объем оборота с внешнего рынка составляет 25 % от общего оборота компании.

Как мы уже выяснили ранее, государство способствует развитию транснациональных корпораций, помогает расширить рынок сбыта продукции, а в некоторых случаях даже лоббирует их интересы. Так как ТНК служат структурной составляющей открытой экономики государства, локомотивом развития, активизирующим экономику государства, повышая конкурентоспособность страны на мировой арене в целом³¹.

Важным преимуществом обладают ТНК: они способны рассчитывать и учитывать потребности глобального рынка, а также формировать спрос на собственный продукт до начала его выпуска.

Основными причинами развития транснациональных компаний являются:

- развитие международной валютной системы;
- глобализация;
- развитие телекоммуникаций финансового рынка и «популяризация» ценных бумаг;
- либерализация мировой экономики.

На сегодняшний день транснациональные корпорации (ТНК)

³¹ Kuznetsov A., Chetverikova A. Russian multinationals continue their outward expansion in spite of the global crisis // Columbia University Academic Commons, 2009. URL: http://ccsi.columbia.edu/files/2013/10/Russia_2009.pdf (accessed: 10.03.2019).

являются важным элементом развития мировой экономики и международных экономических отношений. ТНК способствуют обострению международной конкуренции и углублению международного разделения труда.

Основной этап развития ТНК начинается в пятидесятые годы 20 в., чему способствует либерализация международных экономических связей, растущий мировой потребительский спрос. На сегодняшний день под контролем ТНК находится 90% мирового рынка пшеницы, кофе, кукурузы, лесоматериалов, табака и железной руды; 85% - рынок чая и олова, 75% - сырая нефть, каучук и бананы.

Иностранный капитал уже давно стал частью процесса воспроизводства принимающей стороны. В современных условиях страны одобряют деятельность ТНК на своей территории.

Российские ТНК выходят на мировой рынок и занимают достойное место среди крупнейших ТНК мира. Наиболее мощные российские ТНК функционируют в топливно-энергетической сфере. Примером является организационно-хозяйственная структура РАО «Газпром» - монополист в добыче экспорте газа.

В 2017 году мировой рейтинг «Fortune Global 500», проводимый журналом «Fortune» вошли 4 российских транснациональных компании. Самой крупной была признана компания «Газпром», занимающая 63 место, чей оборот составил \$91,382 млрд. Второй по величине российской компанией оказался «Лукойл», заняв в рейтинге 102 место, оборот - \$70,897 млрд³².

Следующая компания в рейтинге «Fortune Global 500» оказалась «РусНефть Ойл» – 158 место, оборот - \$56,553 млрд. Заключительной российской компании в списке стала компания «Сбербанк» - 232 место с оборотом \$42,159 млрд. Крупнейшей компании в 2017 году по данным

³² Журнала Fortune – Режим доступа - <http://fortune.com/global500/list/70> МЛ-28 25-26 апреля 2018 года ISBN 978-5-9908274-9-3

журнала “Fortune” по итогам продаж стала американская транснациональная корпорация “Wal Mart”, занимающаяся розничной торговлей. Продажи этой компании составили \$485,873 млрд. Второй в списке оказалась китайская БУДУЩЕЕ НАУКИ - 2018 ТОМ 3 69 электросетевая компания “State Grid”, являющаяся крупнейшей в данной отрасли, чей оборот составил \$315,199 млрд³³.

В «двдцатку» также вошли такие корпорации как:

- Sinopec Group (Китай, нефть) оборот - \$267,518 млрд.;
- China National Petroleum (Китай, нефть) - \$262,573 млрд.;
- Toyota Motor (Япония, автомобилестроение) - \$254,694 млрд.;
- Volkswagen (Германия, автомобилестроение) - \$240,264 млрд.;
- Royal Dutch Shell (Нидерланды, нефть) - \$240,003 млрд.;
- Berkshire Hathaway (США, холдинг) - \$223,604 млрд.;
- Apple (США, электроника) - \$215,639 млрд.;
- Exxon Mobil (США, нефть) - \$205,004 млрд.;
- McKesson (США, фармацевтика) - \$198,533 млрд.;
- BP (Великобритания, нефть) - \$186,606 млрд.;
- UnitedHealth Group (США, медицинское страхование) - \$184,840 млрд.;
- CVS Health (США, фармацевтика) - \$177,526 млрд.;
- Samsung Electronics (Южная Корея, электроника) - \$173,957 млрд.;
- Glencore (Швейцария, торговля) - \$173,883 млрд.;
- Daimler (Германия, автомобилестроение) - \$169,483 млрд.;
- General Motors (США, автомобилестроение) - \$166,380 млрд.;
- AT&T (США, телекоммуникации) - \$163,786 млрд.;

³³ Чуку, Е.М. Транснациональные корпорации – влиятельные акторы современного мирового развития// Вестник Московского Лингвистического университета. – 2015. – С. 275-285

- EXOR Group (Италия, инвестиции) - \$154,894 млрд³⁴.

Современные ТНК, оказывая все большее влияние на международные экономические отношения и мировую экономику в целом, становятся важнейшими экономическими субъектами в мировой системе хозяйствования.

Во-первых, ТНК играет решающую роль в организации производства, обмена, распределения капиталов, товаров, услуг, технологий, размещении производительных сил, мировом разделении труда и определении условий конкуренции. Во-вторых, ТНК принадлежат наиболее современные и крупные предприятия, имеющие значительную долю производства. На них приходится более 1/3 мирового ВВП, до половины промышленного производства, 2/3 объема торговли и около 4/5 патентов и лицензий на новую технику, технологий, исследований и разработок.

Основное предпочтение в своей деятельности ТНК отдают новым перспективным быстроразвивающимся отраслям промышленности. Сегодня к ним можно отнести электронную промышленность, биотехнологии, телекоммуникации, информационные технологии и др. Немаловажное место в этом списке занимают химическая промышленность (фармацевтика), добывающая, автомобильная и топливная отрасли промышленности.

Почти все крупнейшие ТНК по национальной принадлежности относятся к странам «Триады»: США, ЕС, Япония. В последние годы активизируют свою деятельность на мировом рынке ТНК стран Китая, Индии, Бразилии, Аргентины, Кореи и др. В основном деятельность формируется в электронной и электротехнической промышленности, топливно-энергетическому сектору, химической и фармакологической промышленности, автомобилестроению.

³⁴ Джуманалиева, А.Р. Деятельность ведущих мировых ТНК на современном этапе// IN SITU. – 2017. – С. 27-30

2 Особенности развития ТНК России и Китая

2.1 Особенности становления, развития и функционирования ТНК России и Китая

Проблемы сопровождающие процесс транснационализации российских транснациональных компаний, не находят своего решения, но только углубляются.

Конкурентные проблемы развития транснациональных корпораций в России включают в себя следующие.

Во-первых, невысокую по мировым меркам конкурентоспособность продукции российских ТНК (продвигаемой на мировом рынке благодаря демпинговым ценам на сырье), наряду с производством мировыми корпорациями в России продукции для внутреннего рынка, неконкурентоспособной за его пределами. Это относится, прежде всего, к российским сырьевым гигантам «Газпром», «Лукойл», а также к зарубежным корпорациям «Форд моторз компани», «БМВ», «Хьендэ» и др.

Во-вторых, в российской экономике транснациональные корпорации не выступают интегрирующим звеном между инвесторами, инновационными фирмами и научными организациями в России и за рубежом. Мы отмечаем, что период в развитии транснациональных корпораций, когда конкурентоспособность корпораций формировалась, прежде всего, за счет «материнской» производственной компании, фактически прошел. В настоящее время конкурентоспособность ТНК все больше обеспечивается за счет координации инновационной, инвестиционной и производственной деятельности филиалов и дочерних компаний по всему миру. Поэтому именно фирмы транснационального уровня могли бы вывести российскую экономику на новый уровень международной конкурентоспособности, однако это не происходит.

В-третьих, конкурентный эффект от сотрудничества российских и международных транснациональных корпораций очень слаб. Несмотря на

ряд проектов взаимодействия российских и иностранных самолетостроительных компаний (ОКБ «Сухой» и «Боинг»), сырьевых и химических компаний ОАО «Газпром» и «БАСФ», реального обмена технологиями и их трансфера в Россию практически нет.

Между тем, практика показывает, что, конкурируя на одних товарных или географических рынках, крупнейшие мировые компании могут сотрудничать на других. Динамизм конкуренции транснациональными корпорациями проявляется в непрерывном появлении новых и уходе с рынка старых фирм, изменении ассортимента товаров и услуг, большом количестве слияний и поглощений. Для российских транснациональных корпораций это означает возможность наладить сотрудничество с ведущими мировыми производителями высокотехнологичной продукции в рамках партнерских и кооперационных соглашений, поскольку основная сфера международной конкуренции для российских компаний – сырьевой рынок.

В-четвертых, налицо недоиспользование российскими транснациональными корпорациями конкурентных преимуществ, которые дает развитие взаимодействия крупных, средних и малых фирм, информационно-технологического обмена между ними. Важным фактором современной конкуренции транснациональных корпораций стало расширение круга конкурирующих компаний за счет крупнейших фирм из других отраслей и секторов экономики, мелких и средних фирм, добившихся высоких технологических или научно-технических результатов. Развитие международной конкуренции сегодня определяется информационно-коммуникационными технологиями, следовательно, в России практически нет транснациональных корпораций, действительно конкурентоспособных на мировом рынке.

Анализ конкуренции среди американских транснациональных корпораций, выполненный Н.Ю.Кониной, позволяет сделать вывод о том, что они эффективно используют комбинацию ресурсных, технологических,

инновационных и глобальных конкурентных преимуществ³⁵. Внедрение нововведений стало ключевым фактором конкурентоспособности высокотехнологичных корпораций США на мировом рынке, позволяя фирмам-лидерам добиваться сверхприбылей за счет присвоения интеллектуальной ренты, образующейся при монопольном использовании более новых продуктов и технологий. Ведущие высокотехнологичные транснациональные корпорации США в последние годы реализуют инновационно-технологическую комбинацию конкурентных преимуществ. На рост ценовой конкурентоспособности позитивно влияли глобальные слияния и вынос производств за пределы США, на конкурентоспособность за счет инноваций – успешные вложения в НИОКР и значительный спрос на внутреннем рынке.

На российском рынке сегодня наблюдается во многом сходная ситуация. В период реформ значительно вырос внутренний спрос, что сделало российский рынок привлекательным для международных производителей; возрастают и инвестиционные ресурсы крупнейших российских компаний. Вот только удовлетворяется этот спрос во многом за счет продукции, производимой международными корпорациями, в том числе на территории России (в электронике – полностью, в автомобилестроении – на 28%, в легкой промышленности – на 21%). Вместе с тем, у российских транснациональных корпораций есть шанс диверсифицировать свои вложения и повысить международную конкурентоспособность в обрабатывающей сфере, за счет инвестирования в высокотехнологичные активы за рубежом и переноса в Россию новых технологий³⁶.

³⁵ Кони́на Н. Ю. Конку́рентоспо́собность транснациональных корпораций в условиях глобализации : автореф. дис. д-ра экон. наук / Н. Ю. Кони́на. – Москва: МГИМО, 2018. – С. 24-25.

³⁶ Якунина, Ю.С. Перспективы участия транснациональных корпораций в модернизации российской экономики / Ю.А. Журавский, Ю.С. Якунина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2017. – № 1. – С. 5-8.

Тому должен способствовать тот факт, что в условиях глобализации информационных, финансовых, человеческих ресурсов резко возросла конкуренция на рынке полуфабрикатов и комплектующих.

Не случайно транснациональные корпорации высокотехнологичных отраслей стали ориентироваться на горизонтальную интеграцию производства. Крупнейшие мировые производители нефтегазовой, черной, цветной металлургии, горнорудной, химической отраслей («Экксон Мобил», «Бритиш Петролеум», «Ройал Дач Шелл», «Тотал», «Рио Тинто», «Аркелор Миттал», «Тата Стел» и др.) в силу специфики производственных процессов и эффектов масштаба продолжают использовать вертикальную интеграцию для создания конкурентных преимуществ. Поэтому российским транснациональным компаниям сегодня также важно развивать интеграцию «от сырья до высокотехнологичного продукта». Это обеспечит им международную конкурентоспособность в долгом будущем.

Таким образом, проблемы развития транснациональных корпораций в российской экономике включают в себя недостаток в ней прямых иностранных инвестиций, неинновационность отечественного транснационального бизнеса, его недостаточную международную конкурентоспособность и отсутствие должного социального эффекта деятельности в стране компаний транснационального уровня.

Для решения данных проблем важно проанализировать проблемы и пути развития связей субъектов транснационального и национального бизнеса в российской экономике и их государственного регулирования.

Экономическое развитие Китая последних десятилетий, характеризуется понятием «китайское чудо» с ежегодным ростом более 8%. Инвестиции в основной капитал увеличиваются ежегодно более чем на 20%, а частное потребление – на 12% при поддержке занятости и роста заработной платы и государственных расходов. Китай занимает второе место после США по величине ВВП. К 2030 г. экономика Китая станет первой страной в мире по величине ВВП, учитывая современный темп развития. Масштабные

достижения Китая обусловлены особенностями национального менеджмента, заключающимися в национальных традициях, китайской социальности и особенностях государственного управления³⁷³⁸.

В чём же заключается китайская специфика менеджмента? Управление, с точки зрения западной науки, состоит из определённых последовательных шагов: постановка целей, планирование, организационное построение, управление персоналом, мотивация, производство, регулирование, анализ результатов, корректировка целей и т.д.

Западная культура менеджмента ориентирована на индивидуальность, равенство индивидов, внутренний контроль, рациональные методы и технические средства управления.

Восточный подход к управлению отличается коллективистской ориентацией, гуманистической направленностью, подчинением авторитету и внешним контролем, акцентом на пассивности, зависимости и консерватизме.

Китайцы не различают отношения, касающиеся работы, семьи и общества. Те, кто добился успеха в бизнесе, вообще не отделяют свою работу от личной жизни.

Управлять по-китайски, это быть в центре процесса, которым управляешь, привлекать к себе необходимых людей и правильно расставлять на соответствующие их способностям должности. Это создание условий для контролируемой самоорганизации. Китайское «правильное» управление предполагает возможность отсутствия постоянного контроля над управляемым процессом. Китайская специфика управления заключается,

³⁷ Го Линь. Особенности государственного регулирования экономики Китая / Го Линь // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. – № 37-1. – С. 56–60.

³⁸ Ван Сяо Чунь. Государственное регулирование модернизации китайской экономики в условиях глобализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Ван Сяо Чунь ; Восточ.-Сибир. гос. технолог. ун-т. – Улан-Удэ, 2016. – 22 с.

прежде всего, в том, что необходимо оставаться в равновесии самому. С точки зрения основных целей, задач, которые стоят перед менеджментом в Китае, то существенных отличий от западного мы не увидим. От менеджмента в Китае требуется оптимизация производственных процессов и получение при наименьших затратах максимальной прибыли. В современном Китае производство, торговля, технологии организованы по западным моделям и это соответственно отражается на социуме в целом. Однако на уровне взаимоотношений между людьми, между начальством и подчиненными, между человеком и обществом традиционные китайские ценности, и соответственно принципы управления остаются чрезвычайно сильными и определяют характер производственных отношений. По мнению китайцев, руководитель должен быть способен вникать в суть явлений (процессов, проблем), правильно их описывать и формулировать, т.е. давать верные определения или «имена».

С помощью таких описаний и формулировок он должен контролировать свои эмоциональные реакции. Если руководитель способен это делать, тогда у него есть возможность «правильно», т.е. эффективно и успешно проходить разные этапы развития процесса или проблемы. Таким образом, процесс управления состоит в том, чтобы всё время возвращаться к исправлению «имён» или понятий, корректировать их ³⁹. Но на пути исправления «имён» важно, чтобы руководитель имел чёткие представления о системе ценностей и иерархии. Еще одной из особенностей системы менеджмента является организационное построение.

Широко применяется принцип построения организации по принципу устройства семьи. Такое устройство исповедовалось китайцами с древнейших времён и рекомендовалось как основа наведения порядка в стране. Суть в том, что в управлении в семье главным считалось правильно

³⁹ Виноградский, Б. Б. Менеджмент в китайской традиции : учеб. пособие / Б. Б. Виноградский, В. С. Сизов. – М. : Экономистъ, 2017. – 255 с.

установить «корень» – основу в семье.

Под «корнем» имелись в виду морально-нравственные начала, а под основой – характер человека, его воспитание. Главная задача семьи-организации дать человеку соответствующее воспитание, наставление. Из этого следуют отношения между старшими и младшими, сёстрами и братьями. На протяжении тысячелетий официальная идеология рассматривала китайскую нацию как одну большую семью. Китайцы верят в разумность бытия⁴⁰. Классический образ деловито-сухого менеджера, исповедующего «административно-командный» стиль работы, совершенно неприемлем в китайской среде, где управляющий при всей его неоспоримой власти и авторитете должен держаться по-отечески мягко и радушно по отношению к подчинённым, постоянно извиняться и благодарить их за труды.

Для китайского типа семейного предприятия характерны:

Во-первых, патернализм как сосредоточение собственности, власти и авторитета в лице хозяина семейного дела;

Во-вторых, доминирование личностного фактора в отношениях и, в-третьих, обострённое внимание к сплочённости корпорации и защите интересов её членов. Со своей стороны, служащие должны были выказывать всяческое усердие и преданность даже не столько компании, сколько лично её хозяину.

В Китае наряду с крупными государственными предприятиями создаются заново или на базе малых государственных частные. Лозунг китайской национальной экономики: «Отпускать малые, держать крупные». С 2001 г. в Китае используется модель государственного разделения прав владения и управления, внедрения современных механизмов корпоративного управления, осуществляется косвенное регулирование и снижение контроля

⁴⁰ Виноградский, Б. Б. Менеджмент в китайской традиции : учеб. пособие / Б. Б. Виноградский, В. С. Сизов. – М. : Экономистъ, 2017. – 255 с.

со стороны государства, формирование свободного денежного распределения доходов. Государственный сектор экономики Китая создаёт более 63% ВВП, составляет 80 % налогов в государственный бюджет, обеспечивает до 90% занятости населения. Более 20 китайских государственных предприятий входят в число 500 крупнейших транснациональных корпораций мира. Государственные компании Китая представлены в основном в таких стратегических отраслях, как транспортная, нефтехимическая, газовая, угольная, энергетическая, цветная металлургия, космическая и пр. Консолидация государственных предприятий привела с учётом размеров Китая к созданию гигантов. Как правило, консолидация идёт путём превращения госпредприятий в акционерные компании с сохранением контрольного пакета акций у государства. С 2002 по 2012 г. число предприятий центрального подчинения сократилось со 196 до 117. Целью объединения предприятий являлось повышение эффективности государственного сектора. Поэтому с целью повышения конкуренции была выдвинута идея их новой реформы по смешению форм собственности. Так были проданы пакеты акций крупных госкомпаний «Sinopet», «CNPC». Основная причина успеха китайских госкомпаний – внедрение современных систем корпоративного управления⁴¹⁴².

Одной из государственных отраслей национальной экономики КНР, которая в настоящее время находится в стадии реформирования, является транспортная отрасль. Особенностью быстрого экономического развития Китая называют значительные вложения в транспортную систему и ускоренное новое строительство. Правительство КНР выделяет значительные

⁴¹ Го Линь. Особенности государственного регулирования экономики Китая / Го Линь // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. – № 37-1. – С. 56–60.

⁴² Ван Сяо Чунь. Государственное регулирование модернизации китайской экономики в условиях глобализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Ван Сяо Чунь ; Восточ.-Сибир. гос. технолог. ун-т. – Улан-Удэ, 2016. – 22 с.

государственные ресурсы и привлекает большое количество частных инвестиций в свою транспортную систему⁴³. Транспортный сектор – это фундамент национальной экономики, ведущей отрасли сферы услуг. В соответствии с решением Государственного народного собрания КНР по институциональной реформе и функциональной программе трансформации транспортной отрасли упразднено Министерство путей сообщения. Функции МПС КНР разделены на три части: часть бизнес-функций переданы созданному вновь общественному транспортному предприятию (национальная транспортная компания), функции управления интегрированной транспортной системой, такие как планирование, политика в области транспорта, законодательство переданы в Министерство транспорта и коммуникаций, часть регуляторных функций и безопасность на транспорте переданы в Национальное железнодорожное бюро и транспортные агентства Министерства транспорта и коммуникаций⁴⁴. Независимая железнодорожная транспортная компания получает финансовую независимость. Финансовые проблемы должны решаться за счёт привлечения бизнеса на транспорт, в том числе и за счёт механизма государственно-частного партнёрства. Однако правительство значительно поддерживает развитие железнодорожной компании, понимая её государственную значимость. Министерство транспорта будет являться контролирующим и регулирующим органом, а ответственность за безопасность будут нести функционирующие предприятия на железнодорожном транспорте, которые будут ему подотчётны.

Реформа железнодорожного транспорта позволит ускоренными

⁴³ Чун Шань. Транспортная система Китая: состояние и стратегия развития / Чун Шань, С. Н. Третьяк // Транспорт: наука, техника, управление : сб. обзорной информации. – 2016. – № 1. – С. 39–42.

⁴⁴ Чун Шань. Транспортная система Китая: состояние и стратегия развития / Чун Шань, С. Н. Третьяк // Транспорт: наука, техника, управление : сб. обзорной информации. – 2016. – № 1. – С. 39–42.

темпами создать комплексную транспортную мультимодальную систему. Морской транспорт является важным видом транспорта для КНР, и взаимодействие морского и железнодорожного транспорта рассматривается как одно из самых перспективных направлений реформирования. Взаимодействие воздушного, водного и железнодорожного транспорта позволит повысить эффективность экономики, сократить народнохозяйственные затраты и сократить логистические затраты КНР на транспортировку грузов и пассажиров⁴⁵.

С конца 70-х годов XX столетия в Китайской народной республике (КНР) наблюдается активная трансформация экономики и политики, результатом которой явился быстрый и значительный экономический рост. По итогам 2017 года китайский ВВП вырос на 6,9%⁴⁶. Темпы и тенденции данного процесса в немалой степени обусловлены вектором развития отношений между правительством и предпринимательскими структурами в условиях сохранения политической стабильности. В этой связи вопрос взаимоотношений власти и крупного бизнеса интересен не только с теоретических позиций, но и в плане практического опыта.

В новейшее время в КНР сложилась бюрократическо-плюралистическая модель взаимоотношений власти и бизнеса, в качестве основных черт которой следует выделить следующие положения:

– крупный бизнес, выступающий двигателем национальной экономики и научно-технического прогресса, сложился при прямой поддержке власти;

– отношения между государством и крупным бизнесом четко структурированы, имеет место жесткий контроль государства;

⁴⁵ Чун Шань. Транспортная система Китая: состояние и стратегия развития / Чун Шань, С. Н. Третьяк // Транспорт: наука, техника, управление : сб. обзорной информации. – 2016. – № 1. – С. 39–42.

⁴⁶ Щепин К. Китай-2018: большой план большой экономики <http://ekd.me/2018/03/kitaj-2018-bolshoj-plan-bolshoj-ekonomiki/>

– представители крупного бизнеса участвуют в деятельности различных правительственных организаций и комитетов или организаций, входят в состав консультативных советов, что позволяет крупным предпринимательским структурам выражать свое мнение по существенным вопросам, сопряженным с их интересами и непосредственно контактировать с исполнительной властью⁴⁷.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности в Китае осуществляется посредством системы достаточно развитого и планомерно реформируемого законодательства и системы государственных органов, выступающих в качестве механизмов регулирования и контроля, наделенных специальными полномочиями. Вместе с тем, помимо крупных корпоративных структур, подконтрольных государству, в экономике Китая заметную роль играет сектор среднего и малого предпринимательства (СМП), находящийся в частных руках и имеющий специфические национальные особенности в силу плотности населения, дешевизны рабочей силы и концентрации в стране производств, ориентированных на значительное количество рабочих мест. Например, средним считается предприятие с численность, сотрудников до 3 тыс. человек, а малым – до 1 тыс. человек.

Механизм взаимодействия и поддержки государством СМП в КНР опирается на систему органов центрального и регионального уровней, образованных:

– Госсоветом КНР, отвечающим за разработку политической линии в отношении СМП и проводящим мероприятия, нацеленные на развитие их деятельности в пределах всей страны;

– Национальной комиссией по развитию и реформе (National Development and Reform Commission – NDRC), являющейся агентством по

⁴⁷ Бутова Т.В., Дунаева А.И., Удачин Н.О. Анализ моделей взаимодействия власти и бизнеса в зарубежных странах / Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». - Выпуск 2, март – апрель 2014.

управлению макроэкономикой и находящейся в подчинении Госсовета;

– Департаментом среднего и малого предпринимательства (Department of Small and Medium-Sized Enterprises), действующий в составе Национальной комиссии по развитию и реформам;

– Китайским центром кооперации и координации бизнеса (China Center for Business Cooperation & Coordination – ССВСС), представляющим собой специализированное учреждение по обслуживанию среднего и малого предпринимательства, обеспечивающем технологическую и экономическую кооперацию между зарубежными и национальными организациями развития и поддержки и развития СМП.

Правительство Китая в сфере регулирования среднего и малого предпринимательства стремится максимально уравнивать в правах предприятия СМП с крупными компаниями, особенно в аспектах вопросах доступа рыночной информации, к современной технике, финансированию. Принятие в 2002 г. закона КНР “О стимулировании малых и средних предприятий”, ставило своей целью стимулирование частного предпринимательства, повышение его роли в национальной экономике, улучшение делового климата в стране. Создание специального Государственного фонда развития среднего и малого бизнеса, позволило реализовать деятельность государства по таким направлениям, как помощь СМП при открытии бизнеса; содействие в получении кредита; стимулирование сотрудничества с крупными предприятиями; поддержка технологических новаций; поддержка развития СМП международного рынка.

Определенные налоговые льготы СМП также направлены к стимулирование развития частного бизнеса.

Для информационной поддержки среднего и малого бизнеса в Китае активно привлекаются возможности национальных комплексных информационных систем. Так, государственная некоммерческая информационная служба China SME Online (CSMEO), открытая по решению правительства и обслуживающая все регионы страны, включая города и

большинство сельских поселений. Информационная сеть CSMEO

- публикует общую информацию о состоянии рынка СМП;
- предоставляет оперативную информацию о введении в действие новых нормативных документов и об изменении действующих правовых актов;
- сообщает о специалистах, ищущих работу, и о потребностях в трудовых ресурсах для СМП в различных регионах страны;
- оказывает широкий спектр рекламных, технических, образовательных услуг, осуществляет онлайн-консультации предпринимателей и т.д.

Большую роль в государственном управлении китайским бизнесом играют клановые сети. Закону это не противоречит, но обществом воспринимается в качестве негативного явления, наносящего существенный ущерб имиджу правительства. Кроме того, для Китая характерна специфическая культура ведения бизнеса “guanxi” как особая сеть межличностных отношений и деловой этики, обнимающих восточное общество, и воспринимаемая в качестве неформального института. В процессе развития конкретного бизнеса на территории страны, представители предпринимательских структур одной из важнейших задач считают решение вопроса о построении отношений с местной властью. Неформальные взаимоотношения между правительством и предприятиями в Китае играют важную роль, и данный факт вынуждены учитывать даже транснациональные корпорации, изъявившие желание инвестировать в Китай.

Система “guanxi” вытекает из конфуцианства, древнего этико-философского учения, утверждающего в качестве ключа к социальной гармонии построение правильных взаимоотношений.

Особая роль в этом учении, интеллектуальной и духовной традиции Китая, определяющим по сей день образ жизни и социальный уклад

китайцев, уделяется ответственности⁴⁸. Основой государства Конфуций считал сплоченную и хорошо организованную семью, и само государство понималось им как большая семья, члены которой несут ответственность не только за себя, что в некоторой степени объединяет китайскую и российскую традицию⁴⁹.

В рамках как китайской, так и российской традиции большое значение придается устной договоренности, малое предприятие представляется как мобильное образование, связывающее его членов моральными обязательствами. Первоочередной задачей китайского бизнесмена считается построение личных отношений с партнерами с неизбежными затратами на угощения и подарки.

Одной из важнейших целей правительства в сфере взаимодействия власти и бизнеса является применение практики государственно-частного партнерства (ГЧП), но применение данной модели как инструмента финансирования, ограничивает использование всех ее преимуществ. Остро обсуждается проблема продвижения модели ГЧП в здравоохранении и образовании.

Недостаточно развита в Китае деятельность некоммерческих организаций в качестве важных агентов партнерства.

Наиболее популярной в КНР представляется модель “строительство-эксплуатация-передача” (СЭП), в соответствии с которой частным компаниям предоставляется право на строительство конкретного проекта и получение прибыли за определенный период, согласованный сторонами-

⁴⁸ Кравцова В.М., Матвеева В.Ю. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике /КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelisotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa-v-mirovoy-ekonomike>

⁴⁹ Володина Н.А. Традиционные общинные ценности и российский тип хозяйства. / Сборник статей II Международной научно-практической конференции «Транспорт. Экономика. Социальная сфера (актуальные проблемы и их решения)». – МНИЦ ПГАУ. - 2015. - С. 9-12.

партнерами.

По истечении указанного срока частная компания безвозмездно передает проект правительству. Модель СЭП, в частности, использовалась в Пекине в большом количестве городских инфраструктурных проектов, в дорожном строительстве, энергетике, водоснабжении. Правительство, содействуя продвижению этих проектов, берет на себя гарантии по кредитам.

Детальный анализ китайской деловой практики в условиях определённой социально-экономической и политико-правовой среды позволяет оценить возможность использования данного опыта в России для углубления партнерства бизнес-структур с муниципальными и государственными органами управления в рамках решения задач дальнейшего социально-экономического развития России.

2.2 Неакционерные формы экспансии транснациональных корпораций

Сегодня ТНК выступают субъектом международного регулирования производства, распределения и перераспределения продукции. Неоспоримы и масштабы глобального распространения ТНК. Так, 500 самых крупных корпораций реализовывают более 75 % всей мировой продукции в сферах машиностроения, химии и фармацевтики, крупной промышленной и бытовой электроники. Помимо этого ТНК взяли под свой контроль более 50 % мирового промышленного производства, более 75 % всех патентов на новые изобретения и технологии, количество людей, работающих на ТНК, составляет более пятидесяти миллионов человек⁵⁰.

Одну из ведущих ролей в глобальной экономике играют первые 100 крупнейших ТНК. Почти все из них базируются в промышленно-развитых государствах.

⁵⁰ World Investment Report 2005. Transnational Corporations and Internalization of R&D. New York; Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2005

Структура размещения 100 крупнейших ТНК среди государств:

- 1) США – более 30 %;
- 2) Япония – около 20 %;
- 3) Франция и Германия – по 11 %;
- 4) Великобритания – более 5 %;
- 5) Швейцария – около 3 %.

Необходимо отметить, что в ходе глобализации произошла эволюция ТНК: если первоначально их деятельность была связана с разработкой сырьевых ресурсов периферийных стран и производством военнотехнической продукции, то в последние десятилетия XX века на мировой арене утвердились глобальные ТНК с планетарным видением рынков и процессов конкуренции (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Этапы развития ТНК

Период	Формы	ТНК
Вторая половина XIX в. – начало XX в.	Колониально-сырьевые ТНК первого поколения	“Bayer”, “Henkel”, “Bosch”, “Mannesman”, “Istmen Kodak”, “Nestle”, “General Motors”
Период между Первой и Второй мировыми войнами	ТНК второго поколения	“Lokhid Martin”, “Nortrop”, “Grumman”, “Reyteon”, “Sience Applications”
1940-е – 1950-е гг.	ТНК третьего поколения	“Toyota”, “Matsushita Electric”, “Toshiba”, “Mitsubishi”, “Kobe Steel”, “Sharp”, “Volkswagen”, “Audi”, “L’Oreal”
1980-е гг. – современность	Глобальные ТНК четвертого поколения	“Nestle”, “The Coca-Cola Company”, “British Petroleum”

ТНК осуществляют инвестиции, приносят новые технологии производства и управления, увеличивают ВВП, положительно влияют на платежный баланс, увеличивая экспортную выручку или снижая импорт – эти изменения укрепляют экономику страны, повышают уровень жизни ее граждан.

Вклад ТНК в мировую экономику носит неоднозначный характер: с одной стороны, они являются следствием интернациональных отношений в

сфере экономики, с другой – выступают определенным регулятором, рычагом воздействия на них, с возможностью серьезного видоизменения международного сотрудничества, приносящего не всегда положительный вклад в их развитие⁵¹.

Анализируя процесс развития ТНК, можно выявить, что данные организации взяли под контроль 3/4 мирового экономического рынка, а развитие корпораций в основном осуществляется путем экспансии развивающихся компаний, ограничивая пределы и темпы их роста, предварительно разделив между собой зоны влияния. Сегодня лишь четверть мирового рынка существует по принципам рыночной экономики, остальные 3/4 в своеобразной «плановой» системе. Так, среди ТНК не работают принципы свободного экономического рынка, а внутренние цены определяются самими компаниями. Очевиден становится и переход к сближению самих корпораций, взаимодействующих на планово-рыночных началах. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что рост экономического влияния на интернациональные рыночные отношения сказывается и на мировой экономике в целом^{52,53}.

Сегодня глобализация мировой экономики определяется как неоднозначный, несоразмерно развивающийся процесс экономической, социальной и политической интеграции, характеризующийся основательным разрастанием ТНК.

Подводя итог, можно отметить, что ТНК превратили мировую экономику в транснациональное производство, эскалируя процесс экономической глобализации. ТНК стали основными игроками мировой

⁵¹ Шумилов В.М. Международное публичное экономическое право. М., 2015.

⁵² Шаховская Л.С. Мировая экономика и международные экономические отношения. М.: «КноРус», 2013.

⁵³ Transnational corporations (TNC) // United Nations Conference on Trade and Development. URL: [http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Transnational-corporations-\(TNC\).aspx](http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Transnational-corporations-(TNC).aspx) (accessed: 10.03.2019).

экономики за счет роста количества собственных филиалов во всем мире, патентов на новые технологии и изобретения, использования механизма стратегического альянса – тесного взаимодействия и разграничения объектов ведения между собой.

Проанализировав перечисленные ранее проблемы, можно рекомендовать несколько путей их решения.

1. Мировому сообществу следует обязать ТНК передавать технологии и патенты в совместно созданные с корпорациями научно-исследовательские лаборатории и центры взаимного обмена информацией для последующего производства и разработки новых изделий. Данный шаг способен приостановить преднамеренное торможение научно-технологического прогресса.

2. Ограничение вывоза природных ресурсов из страны, в которой расположен филиал ТНК, а также последующий перенос в это государство части производства, а не отдельного, малоприбыльного цикла. Данное направление регулирования деятельности ТНК способно ограничить отток природных богатств и сократить внутрифирменный оборот из государств на невыгодных для них условиях.

3. Определение государствами-реципиентами отраслей, недоступных ТНК для ограничения конкуренции и развития собственного производства.

4. Государствам следует вести контроль по соблюдению предприятиями с иностранным капиталом регламентированных требований об использовании в процессе собственного производства конкретных товаров отечественной промышленности в определенных объемах и национальной рабочей силы, закупка импортных товаров также должна находиться в определенной пропорции с объемом экспорта отечественной продукции.

5. Способствование созданию в государствах инвестиционных союзов – частных неполитических организаций, способных привлечь иностранные инвестиции в капиталоемкие области экономики определенной страны на долгосрочной основе.

В заключение следует отметить, что ТНК представляют собой достаточно сложное и постоянно развивающееся явление в системе мирохозяйственных связей, требующее особого внимания со стороны как отдельно взятых государств, так и международного контроля, особенно в современных экономических условиях, благоприятствующих развитию транснациональных компаний.

Глава 3. Комплексный анализ развития транснациональной компании Huawei

3.1 История международного развития Huawei и текущая ситуация

Huawei является одной из самых влиятельных компаний в мировой индустрии коммуникаций и образцом успешных глобальных операций в частных коммуникационных компаниях Китая. В октябре 1987 года Жэнь Чжэнфэй (Ren Zhengfei) возглавил группу молодых людей, чтобы основать Huawei в пригороде Шэньчжэня. В первые дни компания Huawei полагалась на агента по продаже гонконгских коммутаторов HAX, чтобы заработать разницу. Всего за 30 лет компания Huawei из небольшой компании превратилась в гиганта индустрии телекоммуникаций в Китае и оказывает огромное влияние на мировую индустрию связи. В ближайшем будущем компания Huawei представит публике разнообразные каналы связи и методы коммуникации через 5G интернет, что позволит всем отраслям внедрять технологические инновации и стимулировать весь потенциал Интернета. По состоянию на 31 декабря 2017 года общие активы Huawei составляли 505,225 млн юаней, а выручка от продаж достигала 606,621 млн юаней, а совокупный годовой темп роста составил 26%. Huawei получила в общей сложности 74 307 патентов, в том числе 64091 патента Китая, 48758 иностранных патентов и более 90% патентов на изобретения. Патенты на изобретения Huawei занимают первое место в мире. В 2017 году компания Huawei потратила 89690 млн юаней на технологические исследования и разработки, составили 14,9% выручки⁵⁴. В 2017 году Huawei вошла в список Fortune 500 сильнейших предприятий мира, занял 83-е место, увеличившись на 46 по сравнению с предыдущим годом.

⁵⁴ Huawei—Финансовый отчет Huawei по итогам 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2017rus/index.html (Дата обращения: 12.02.2019 г.).

В начале создания Huawei была выбрана отрасль пользовательских переключателей, а пользовательские переключатели, импортированные из гонконгских компаний, продавались на китайском рынке. Основной принятой маркетинговой политикой является «внедрение продукта и продвижение на внутреннем рынке». С изменениями и корректировками рынка и политики связи в Китае многие иностранные транснациональные корпорации быстро заняли долю рынка Китая с помощью передовых технологий и зрелых продуктов. Дальнейшее развитие на китайском рынке затруднено, полагаясь на импортные продукты. Поэтому компания Huawei начала следовать самым передовым технологиям в мире, благодаря независимым исследованиям и разработкам она превратилась из простого продавца-импортера в высокотехнологичную коммуникационную компанию, специализирующуюся на независимых исследованиях и разработках. Постепенно двигаться в направлении интернационализации экспорта продукции и выпуска технологий.

Huawei начала свою интернационализацию в 1996 году, начиная с рынка Гонконга, развиваясь в России, Азии, Африке и Латинской Америке, и совершенствуя его на европейском и американском рынках. Правильно понимая и позиционируя себя и международный рынок, она сначала открыла рынки развивающихся стран, таких как Россия, Юго-Восточная Азия, Ближний Восток и Африка, используя свое преимущество в низкой цене, максимальное уклонение от торговых барьеров и более высокие технические барьеры для выхода на международные рынки. После завершения накопления капитала и накопленного опыта в развивающихся странах, Huawei начала атаковать рынок телекоммуникаций высокого класса в Европе и Соединенных Штатах, преодолев слои препятствий и, наконец, достигнув цели первоначальной глобальной деятельности компании (конкретное время и процесс заключаются в следующем таблице 1).

Время выхода на рынок	Выход на рынок	Пути и достижения	Способ усыновления
1996	Гонконг	Подписал договор и обеспечил техническую поддержку	Передача технологии
1996	Россия	Превзошел холодную зиму рынка телекоммуникационной отрасли и подписал договор на техническое обслуживание	Договорная договоренность
1997	Бразилия	Создал совместное предприятие	Договорная договоренность
1997-2003	Латинская Америка Африка	Создал представительство в районе	Договорная договоренность
1999	Индия	Создал научно-исследовательского центра в Бангалоре	союз
1999	Соединенные Штаты	Создал исследовательский институт в коммуникационном коридоре	союз
2000	Швеция	Основал научно-исследовательский центр в Стокгольме	союз
2001	Европейские страны	Присоединился к Международному союзу электросвязи (МСЭ) Установил партнерские отношения с местными европейскими агентами	Единоличное владение
2002	Соединенные Штаты	Основал дочерняя компания в США.	Совместное предприятие
2003	Соединенные Штаты	Создал совместное предприятие с 3Com Cisco обвиняло Huawei в нарушении некоторых патентов на технологии Cisco	Совместное предприятие
2004	Европейский рынок	Сотрудничал с Siemens для создания совместного предприятия Получил крупный контракт от голландского оператора Telfort, который стал первым крупным успехом в Европе Обеспечил системы для Олимпиады	Несколько способов
2005	Глобальный рынок	Предоставление коммуникационного оборудования для Vodafone Установили TD Tech- совместное предприятие с Siemens Подписал соглашение о взаимопомощи товаров с британской компанией Marconi	Несколько способов
2006	Глобальный рынок	Совместно создали центр исследований и разработок с Motorola Выиграл контракт авторизации всей сети в Венгрии	Совместное предприятие
2007	Глобальный рынок	Повторно приобрел американский контракт на строительство сети LEAPAWS	Договорная договоренность
2008	Глобальный рынок	Создал сети UMTS / HSPA в Северной Америке	Договорная договоренность
2009	Глобальный рынок	Получил LTE контракт	Договорная договоренность
2010	Глобальный	Присоединился к Всемирной комиссии по	Несколько

	рынок	широкополосной связи Организации Объединенных Наций Создал центр сертификации безопасности в Великобритании	способов
2011	Глобальный рынок	Приобретение Huawei Symantec 20 центров обработки данных облачных вычислений были созданы во всем мире	Несколько способов
2012	Глобальный рынок	Создал нового научно-исследовательского центра в Финляндии.	Совместное предприятие
2013	Глобальный рынок	Создал 5G глобальной экосистемы с более чем 20 университетами Ввел в эксплуатацию маршрутизатор 400G	союз
2014	Глобальный рынок	Получил заказы на поддержку 5G для объектов 2020 Expo Подписл Меморандум о стратегии трансформации ИКТ с Telefonica	Несколько способов
2015	Глобальный рынок	Установил стратегический альянс с бельгийской Telecom Создал новый центр исследований и разработок в Бангалоре Расширил партнерство с SAP	Несколько способов
2016	Глобальный рынок	Сотрудничал с Deutsche Telekom, Telefonica, China Telecom и т. Д., чтобы обеспечить общедоступное облако Запустил приложение «Одно облако, две сети, три платформы», которое успешно применяется в более чем 20 странах, запустило ИТ-инфраструктуру следующего поколения для облачных вычислений и больших данных, обслуживающую более 300 организаций по всему миру Совместные BMW, Audi, Ericsson, Daimler, Intel, Qualcomm и Nokia объявили о создании "5G Auto Alliance"	Несколько способов

таблица 1. Обзор выхода Huawei на международный рынок

Международная деятельность Huawei - это процесс накопления и качественных изменений со временем. Однако из-за синхронизации расширения рынка, исследование процесса интернационализации Huawei только с точки зрения времени не является всеобъемлющим и полным. С стратегического аспекта процесс интернационализации Huawei был дополнительно проанализирован: с точки зрения стратегии, интернационализация Huawei приняла стратегию «окружать города селами». В расширении международного рынка Huawei отдает предпочтение рынку третьего мира. Из-за своей собственной стратегии низких цен крупным

зарубежным телекоммуникационным компаниям трудно конкурирует в цене с Huawei, которая также в наибольшей степени преодолевает торговые и технические барьеры для входа в развитые страны. Рынок развивающихся стран является хорошей отправной точкой для выхода Huawei на международный рынок. Индустрия связи является отраслью с высокими стандартами входа. Однако из-за слабого строительства инфраструктуры в развивающихся странах и уровень технологий является низким, правительство и предприятия менее чувствительны к иностранным компаниям, поэтому появление Huawei не сильно затруднено. Частый успех Huawei в развивающемся мире вселил в Huawei большую уверенность, в то же время мощь и технический уровень Huawei заставили коммуникационных гигантов обратить внимание. Они начали объединяться с правительством и постепенно приняли некоторые средства для его подавления и сдерживания. Однако с усилением силы и накоплением капитала этого давления недостаточно для того, чтобы воспрепятствовать процессу интернационализации Huawei. Международный рынок Huawei начал расширяться от "сельского" до "город" вырос по всему миру.

Из приведенного выше анализа видно, что интернационализация Huawei - это не спекулятивное оппортунистическое поведение исключительно ради прибыли, а поведение, направленное на поиск рынка и долгосрочное стратегическое поведение. Huawei всегда настаивала на том, чтобы отвергать оппортунизм, использовать землю и рынок для мира, руководить потребностями клиентов и использовать прогрессивную интернационализацию в качестве руководящего принципа. В итоге он занял место на международном рынке коммуникаций с множеством преимуществ услуг, цен и продуктов. Этот процесс постоянно улучшается с ошибками. Huawei отличается от многих оппортунистов, он стремится к повышению своей основной конкурентоспособности, шаг за шагом, стабильно и стабильно, настаивает на независимых инновациях и, наконец, завоевывает свой блеск силой.

Статус интернационализации Huawei оценивается и анализируется с точки зрения финансового состояния, выручки от продаж, развития бизнеса, а также исследований и разработок.

	2017		2016	2015	2014	2013
	USD Million*	(CNY Million)	(CNY Million)			
Revenue	92,549	603,621	521,574	395,009	288,197	239,025
Operating profit	8,645	56,384	47,515	45,786	34,205	29,128
Operating margin	9.3%	9.3%	9.1%	11.6%	11.9%	12.2%
Net profit	7,276	47,455	37,052	36,910	27,866	21,003
Cash flow from operating activities	14,770	96,336	49,218	52,300	41,755	22,554
Cash and short-term investments	30,656	199,943	145,653	125,208	106,036	81,944
Working capital	21,093	137,576	116,231	89,019	78,566	75,180
Total assets	77,462	505,225	443,634	372,155	309,773	244,091
Total borrowings	6,121	39,925	44,799	28,986	28,108	23,033
Owner's equity	26,926	175,616	140,133	119,069	99,985	86,266
Liability ratio	65.2%	65.2%	68.4%	68.0%	67.7%	64.7%

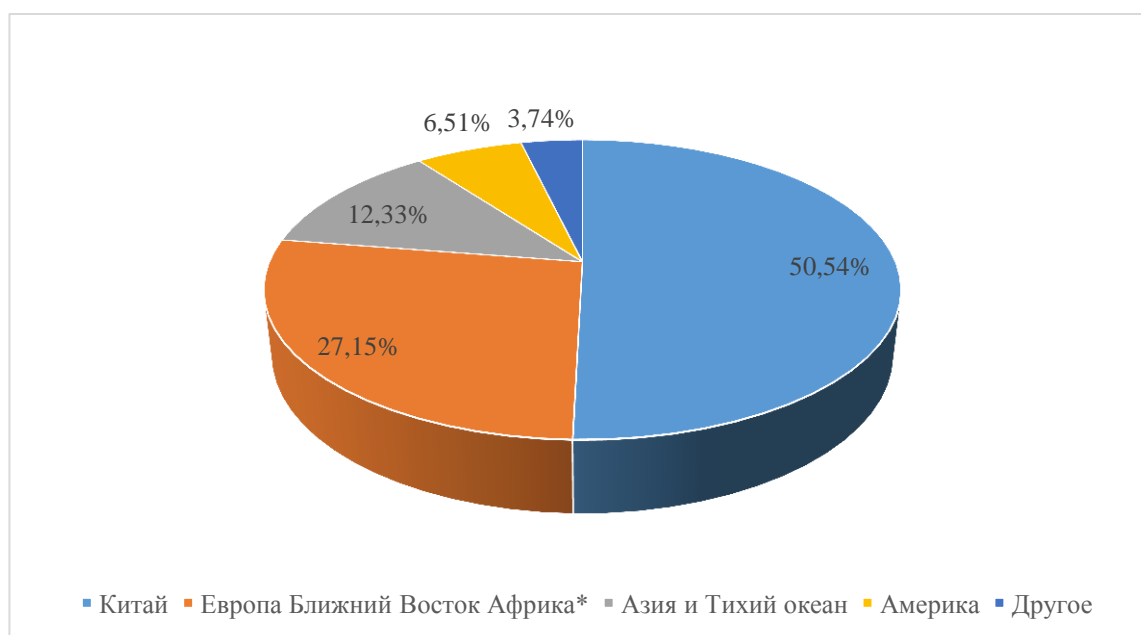
* Примечание: пересчитано в доллары США («долл. США») по курсу закрытия на конец 2017 года, равному 1 долл. США = 6.5222 юаня.

таблица 2. Финансовое состояние Huawei за 2013-2017 годы⁵⁵

Как видно из таблицы 2, за последние пять лет Huawei сохранила хорошее и стабильное финансовое положение, и ее продажи продолжали расти, в 2017 году объем продаж Huawei составил 603,6 млрд юаней, а чистый денежный поток от операционной деятельности был выше, чем чистый денежный поток от финансовой деятельности, указывает на то, что условия работы Huawei хорошие. Операционный доход значительно увеличился, в основном за счет быстрого роста потребительского бизнеса и увеличения доли выручки. В случае значительного увеличения операционного дохода чистая прибыль увеличилась лишь незначительно. Причина в том, что затраты на исследования и разработки Huawei остаются высокими. Многие технологии НИОКР не могут быть быстро внедрены в производство и продвижение, а создание брендов и каналов потребляет огромные суммы денег, увеличение расходов привело к небольшому

⁵⁵ Huawei—Финансовый отчет Huawei по итогам 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2017rus/index.html (Дата обращения: 12.02.2019 г.).

увеличению прибыли. С 2014 года денежный поток от операционной деятельности Huawei значительно увеличился, в основном благодаря расширению своего глобального рынка и расширению масштабов бизнеса. Увеличение соотношения активов и обязательств связано с расширением масштабов компании и ускорением процесса интернационализации, что привело к увеличению международных потребностей Huawei в финансировании.



* Примечание: из-за географической близости Ближнего Востока, Африки и Европы, культуры, языки и религии схожи, поэтому они разделены на одну и ту же область инвестиций.

таблица 3. Доля бизнеса Huawei на всех континентах⁵⁶

С расширением зарубежных рынков выручка Huawei от продаж характеризуется постепенным ростом, в то же время с углублением интернационализации бренда Huawei доля доходов на зарубежных рынках увеличивается год от года, согласно годовому отчету Huawei за 2013-2017 годы. Данные показывают, что зарубежные продажи составили более 50% от общего дохода от продаж. В 2017 году выручка Huawei от продаж за рубежом составила 29 852,9 млн юаней, что составляет 49,46% годового

⁵⁶ Huawei—Финансовый отчет Huawei по итогам 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2017rus/index.html (Дата обращения: 12.02.2019 г.).

дохода от продаж в 2017 году. Доля бизнеса на каждом континенте показана в таблице 3.

Регион	2017 (млн. Юаней)	2016 (млн. Юаней)	Изменение в годовом исчислении (%)
Китай	305,092	236,512	29.0
Европа, Ближний Восток, Африка	163,854	156,509	4.7
Азиатско-Тихоокеанский регион	74,427	67,500	10.3
Америка	39,285	44,082	-10.9
Другое	20,963	1697,1	23.5
Итого	603,621	521,574	15.7

таблица 4. Продажи Huawei на всех континентах⁵⁷

Как видно из Таблицы 4, по сравнению с 2016 годом выручка Huawei от продаж на всех основных рынках мира увеличилась. Из разных регионов, в 2017 году выручка Huawei от продаж на китайском рынке составила 30509,2 млн юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 29,0%, главным образом из-за популярности смартфонов в Китае, строительства сетей 4G и хорошего развития отрасли. Доходы Huawei от продаж в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке составили 26385,4 млн. Юаней, что на 4,7% больше, чем в прошлом году, благодаря популярности мобильных телефонов Huawei. Выручка Huawei от продаж в Азиатско-Тихоокеанском регионе составила 7442,7 млн. Юаней, увеличившись на 10,3% в годовом исчислении. Основной причиной роста более чем на 10% стало ускоренное преобразование цифровизации бизнеса и увеличение контрактов на инфраструктурные контракты в Таиланде и Индии, также доля рынка в Японии еще больше улучшилась. Выручка Huawei от продаж в американском регионе упала на 10,9% в годовом исчислении, а выручка от продаж составила всего 3928,5 млн юаней, что было вызвано колебаниями инвестиционного цикла на рынке латиноамериканских операторов.

⁵⁷ Huawei—Финансовый отчет Huawei по итогам 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2017rus/index.html (Дата обращения: 12.02.2019 г.).

Основываясь на группе клиентов, бизнес Huawei можно разделить на бизнес операторов, бизнес предприятий и бизнес потребителей.

Бизнес-классификация	2017 (млн юаней)	2016 (млн юаней)	Годовой (рост %)
Операторский бизнес	297,838	290,561	2.5
Корпоративный бизнес	54,948	40,666	35.1
Потребительский бизнес	237,249	179,808	31.9
Прочее	13,586	10,539	28.9
Итого	603,621	521574	15.7

таблица 5. Доход от продаж трех основных бизнесов Huawei⁵⁸

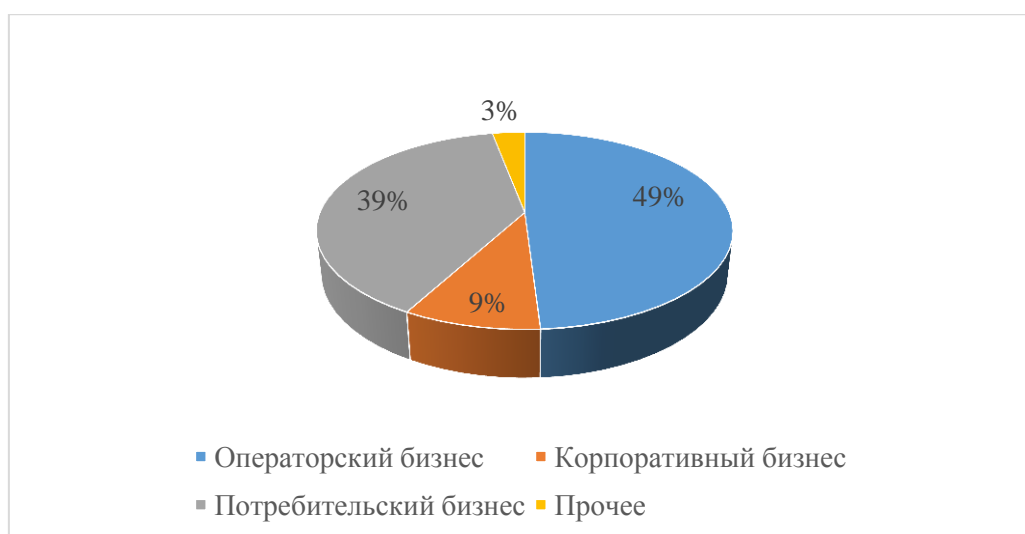


таблица 6. Доля выручки от продаж Huawei в каждом бизнесе⁵⁹

Как видно из таблицы 5 и 6, в 2017 году продажи сетевого бизнеса оператора компании Huawei составили 297 838 млн. Юаней, увеличившись за год на 2,5%. По состоянию на 31 декабря 2017 года Huawei развернула более 120 сетей 4.5G по всему миру, что значительно улучшило операционный уровень сети 4G оператора, и сеть 4.5G достигла уровня сети Gigabit, прокладывая путь к эре сетей 5G.

⁵⁸ Huawei—Финансовый отчет Huawei по итогам 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2017rus/index.html (Дата обращения: 12.02.2019 г.).

⁵⁹ Huawei—Финансовый отчет Huawei по итогам 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2017rus/index.html (Дата обращения: 12.02.2019 г.).

В 2017 году продажи потребительского бизнеса Huawei составили 237 249 миллионов юаней, увеличившись на 31,9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а поставки смартфонов достигли 153 миллионов единиц, что является устойчивым ростом в течение шести лет подряд. Сфера потребительского бизнеса более конкурентоспособна, чем операторский бизнес и корпоративный бизнес. Происхождение потребительского бизнеса Huawei можно проследить до 2003 года, после 15 лет развития бизнес-модель стала более диверсифицированной, и группы потребителей расширяются. Продукты Huawei в основном предназначены для домашних пользователей и отдельных пользователей, таких как мобильные телефоны, планшеты и маршрутизаторы.

В 2017 году выручка от продаж корпоративного бизнеса Huawei по-прежнему составляла значительную долю годового дохода от продаж, объем продаж компании составил 554,48 млн юаней, увеличившись на 35,1% в годовом исчислении, что идеально продемонстрировало неограниченный потенциал Huawei. Huawei постоянно совершенствует свои инновации и решения в различных областях, включая облачные и дата-центры, и в то же время Huawei постепенно продвигает приложения в таких отраслях, как безопасный город, финансы, умный город, транспорт и производство.



таблица 9. Расходы на исследования и разработки Huawei в 2013-2017 гг. и их доля в общем объеме выручки

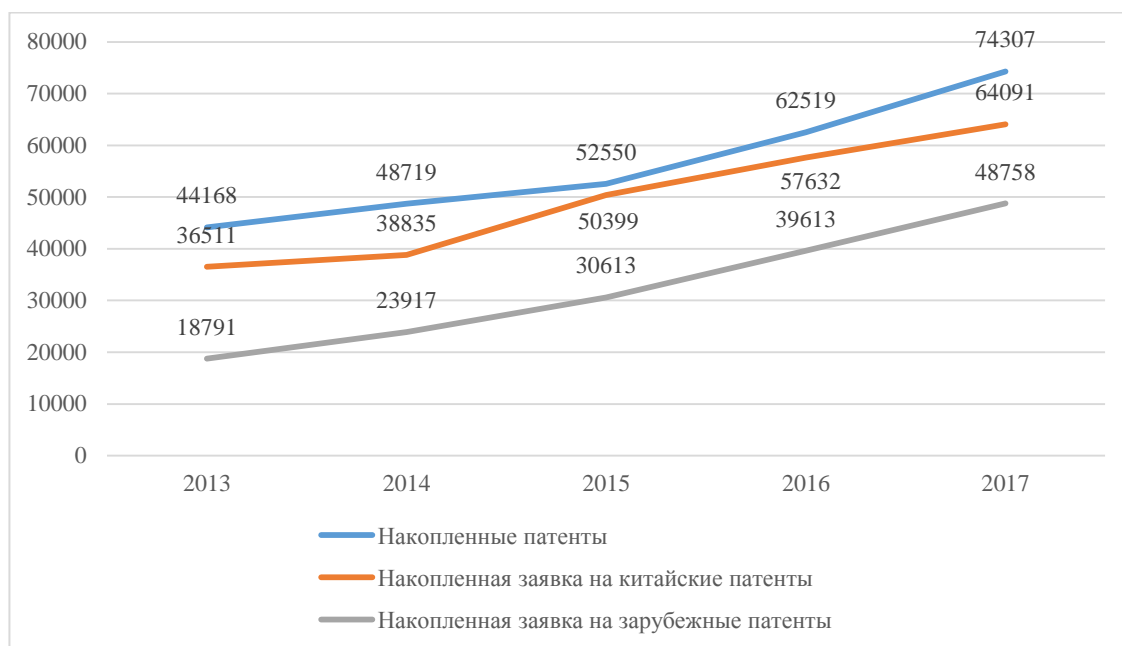


таблица 10. Диаграмма ситуации патентной заявки Huawei на 2013-2017 годы

Согласно таблице 9 и 10, по состоянию на 31 декабря 2017 года, приблизительно 80 тысяч сотрудников, 45% от их общего числа, заняты научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими проектами. Вложения Huawei в НИОКР составили 897 млрд юаней (CNY) в 2017 году, что составляет 14,9% от общей выручки компании. За последние 10 лет инвестировали в НИОКР уже более 394 млрд юаней (CNY). Общее число патентов, выданных компании Huawei в 2017 году, – 74 307.

В программе инновационных исследований Huawei (HIRP) участвуют более 400 научно-исследовательских институтов и 900 компаний в более чем 30 странах и регионах. Huawei сотрудничает в совместных проектах по развитию 5G-алгоритмов, искусственного интеллекта, умных сетей, наноматериалов и других передовых технологий. Достижения в этих инновационных направлениях помогли Huawei совершить прорывы в развитии производства и бизнеса в целом.

Huawei развивает благоприятную среду для развития бизнеса, делая акцент на открытости, сотрудничестве и обмену успехами. Huawei занимает ключевые позиции в более 360 стандартизирующих организаций,

промышленных альянсов и сообществ с открытым исходным кодом. Huawei – член правления и исполнительного комитета во многих организациях, таких как ИС, IEEE-SA, BBF, ETSI, TMF и WFA.

3.2 SWOT – анализ и рекомендация для Huawei

SWOT-это английские слова Strength, Weakness, Opportunity, Threat, основанные на внутренних факторах и внешних факторах критерии деления, можно разделить SWOT на анализ SW и анализ OT двух частей, SW представляет собой анализ сильных и слабых сторон, используемый для анализа установленных факторов внутри предприятия, OT представляет собой анализ возможностей и угроз для анализа внешних факторов, с которыми сталкиваются предприятия.

Интеграция всех аспектов цепочки стоимости является необходимым звеном для анализа преимуществ и недостатков внутри предприятия, поскольку конкурентное преимущество имеет особенности обширного, необходимо стоять в самом предприятии и клиентов двух различных позиций для рассмотрения проблемы, всестороннего рассмотрения затрат на управление финансами, средств маркетинга продукции, качества самого продукта, ресурсов, принадлежащих предприятию, система внутреннего управления и возможности НИОКР и другие факторы. Внешние факторы окружающей среды предприятия являются более сложными, разделенными на широкий уровень, включая микроскопические и макроскопические факторы окружающей среды. Из узкого разделения, включая социальные, культурные, экономические, политические и промышленные пять аспектов, а также возможности и проблемы, с которыми сталкиваются предприятия, возможности включают в себя проблемы, а проблемы подразумевают возможности для развития предприятий, поэтому стратегии, доступные предприятиям, разнообразны.

SWOT-анализ предприятия можно разделить на три этапа:

Первым шагом является анализ четырех основных элементов SWOT, то есть начать с внутренних факторов предприятия, детально изучить преимущества и недостатки самого предприятия, а затем дальнейшее проанализировать возможности, привнесаемые внешней средой предприятия, а также соответствующие факторы угрозы.

Второй шаг, перечисляет модель матричного анализа SWOT, т. е. четыре элемента SWOT осуществлять расположения и комбинации, чтобы проанализировать уникальные для предприятия стратегии SO, WO, ST и WT. Стратегия SO, также известная как стратегия роста, относится к предприятию для интеграции своих собственных ресурсов и возможностей из внешних условий, что дает им лучшие возможности для получения конкурентных преимуществ и максимального потенциала. Стратегия SO-это стратегия, которая в настоящее время наиболее широко используется китайскими компаниями для реализации стратегии интернационализации. Стратегия WO, также известная как стратегия обращения вспять, относится к предприятиям, которые активно используют внешние условия, чтобы компенсировать собственные недостатки, тем самым повышая мягкую силу предприятия. ST стратегия, известная также как стратегия диверсификации, относится к предприятиям, использующим свои собственные преимущества, чтобы избежать угроз, создаваемых внешними условиями. Стратегия WT, также известная как оборонительная стратегия, относится к предприятиям в сокращении собственных недостатков, избегая при этом внешних факторов угрозы, стратегия WT является наиболее консервативной из четырех стратегий.

Третий шаг-это комплексный анализ четырех стратегий SO, WO, ST и WT, чтобы выбрать стратегию, которая лучше всего подходит для предприятия. Используя модель системного мышления SWOT для всестороннего анализа предприятия и отображения результатов анализа на всех уровнях в виде матрицы, принимая во внимание внутренние факторы и

внешнюю среду, лица, принимающие решения, могут визуально систематически анализировать предприятие, чтобы сделать точные выводы, а логическое мышление принятия решений ясно, легко проверить. Недостатком является то, что модель матрицы SWOT зависит от уровня управления лица, принимающего решения, и решение, принятое через модель анализа SWOT является более разумным в соответствии с предпосылкой управления опытом лица, принимающего решения.

Внутренняя среда Huawei относительно проста, поэтому, исходя из ее собственных преимуществ и недостатков в процессе интернационализации компании, анализируются внутренние условия предприятия.

Сильные стороны, как правило, относятся к более благоприятным ситуациям или ситуациям, которые в некоторых отношениях превосходят аналогичные ситуации. По сравнению с аналогичными компаниями, компания Huawei имеет шесть преимуществ, включая статус отрасли, независимые исследования и разработки, системы управления, преимущества затрат, расширение рынка и сферы деятельности.

Лидирующая позиция в мировой индустрии коммуникаций. В 2014 году продажи компании Huawei превзошли продажи компании Ericsson, занимающей первое место в мире, установив лидирующие позиции в отрасли связи. По данным опроса исследовательской компании IHS Markit, в 2017 году доля рынка мобильной инфраструктуры Huawei выросла с 25% до 28%, превзошел Ericsson, Nokia, ZTE и Samsung, став крупнейшим в мире производителем телекоммуникационного оборудования. Кроме того, Huawei является одним из разработчиков отраслевых правил, ее R&D и технология представляет собой наиболее продвинутый уровень научных исследований, из-за своей лидирующей позиции в отрасли связи, так что Huawei может общаться и сотрудничать с ведущими мировыми предприятиями связи, в условиях овладения стандартами и тенденциями отрасли связи, впредь

исправлять недостатки компании и стратегическое направление исследований и разработок, чтобы поддерживать ее передовые позиции.

Сосредоточиться на технологических исследованиях и разработках, и сильных возможностях исследований и разработок. В первые годы своего правления Huawei столкнулась с жесткой международной конкуренцией на внутреннем рынке, а ее конкурентами в то время были всемирно известные компании с десятками миллиардов долларов капитала и зрелыми коммуникационными технологиями. Из-за отсутствия оценки сложности независимых исследований и разработок, Huawei неоднократно была сорвана в первые годы своего существования и, вероятно, будет уничтожена без поддержки политики государства. Именно поэтому Huawei начинает осознавать важность НИОКР. В 1995 году компания Huawei создала в Пекине научно-исследовательский институт, специализирующийся на научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработках, а через два года была создана Шанхайский научно-исследовательский институт. Затем Huawei постепенно сформировала свою собственную систему международных исследований и разработок. Компания Huawei выбрала модель R&D "высокий вход и высокий выход", и настаивает на том, что более 10% выручки будет использоваться для научных исследований и разработок. Самое ценное богатство Huawei-это не уровень его прибыли и масштаб интернационализации, а запатентованная технология, полученная в ходе его независимых исследований и разработок, которые формируют его основную конкурентоспособность, отличающуюся от других отечественных предприятий, а также непосредственно определяют, как высокотехнологичное предприятие связи, Huawei может быть в яростной конкуренции в области коммуникационных технологий, идти вперед насколько далеко .

Эффективная система управления. Huawei сотрудничает со многими консалтинговыми и управляющими компаниями мирового класса, а

управляющие компании мирового класса, такие как IBM, PWC, HAYGROUP и FHCпомогли Huawei разработать подход к управлению интеграционными цепочками поставок (IPD), финансовому управлению, управлению человеческими ресурсами и контролю качества. Huawei использует талант в качестве важного стратегического ресурса, фокусируется на обучении и отборе персонала, придерживается ориентированной на людей бизнес-концепции, в управлении человеческими ресурсами Huawei принимает общий подход к надзору и мотивации, улучшает судьбу общины и чувство сопричастности, через План владения сотрудниками акциями, чтобы мотивировать сотрудников, в то время как строгая оценка сотрудников, максимизирует мотивацию сотрудников.

Продукт рентабельный и быстрая доставка. Huawei фокусируется на эффективности производства продукции, в то же время имеет более передовые технологии, чем та же отрасль, как с точки зрения производительности и качества продукции имеют сильное преимущество, что значительно снижает временные затраты на продукцию, и конфигурация продукта выше.

Акцент на развитии ключевых рынков. Компания Huawei методично продвигает процесс расширения рынка, можно разделить на три этапа. Во-первых, улучшить качество собственной продукции инноваций и уровня обслуживания, и постоянно запускать атаки на ключевых рынках, чтобы предотвратить отсталость в постоянно меняющейся рыночной среде. Во-вторых, стратификация, сегментация и целенаправленная реализация соответствующих стратегий, извлеченные уроки в бесчисленных попытках найти рыночную нишу на международном рынке. Во-третьих, энергично увеличить инвестиции зарубежных разработчиков рынка, чтобы начать атаку на международный рынок.

Диверсификация бизнес-продуктов. Бизнес компании Huawei охватывает три аспекта: бизнес-операторы, бизнес-предприятия и

потребительский бизнес, а также облачные вычисления, интернет вещей, видео, беспроводные сети, сетевая энергия и многие другие области. Свои продукты и решения охватывают широкополосную связь, IP, телекоммуникационные услуги с добавленной стоимостью, мобильные терминалы и многие другие аспекты. Благодаря диверсификации бизнес-продуктов, Huawei может предоставлять услуги и решения для рынка связи в различных ситуациях экономического развития в мире, и быстро занять долю рынка на различных региональных рынках.

Недостатки компании Huawei:

Непубличное акционерное общество, селективное раскрытие информации. Одним из важных факторов, которые клиенты должны учитывать при оценке бизнеса, является то, является ли поставщик публичной компанией, а также финансовая открытость предприятия. Несмотря на то, что компания Huawei имеет сильную всестороннюю силу, но не была зарегистрирована на бирже, внешний мир может видеть только годовой отчет компании Huawei, его финансовые детали довольно любопытны, вне спекуляции были безудержными, вызвали некоторое негативное влияние на имидж бренда за рубежом.

Неспособность признать важность деловых отношений с местными органами власти. Правительство способно не только содействовать развитию предприятий в значительной степени, но и потенциальным заказчикам предприятий в этом районе. В процессе реализации стратегии интернационализации компания Huawei должна установить хорошие отношения с правительством, чтобы заложить основу для развития бизнеса за рубежом, но компания Huawei не получила мощной поддержки со стороны правительства за рубежом. Частота смены персонала внутри компании высока, мобильность персонала слишком быстро. Внутренние сотрудники часто меняются, и сотрудники, которые отправляются на работу за границу, не будут возвращаться на свои первоначальные должности после истечения

срока своих обязанностей, им также необходимо поменять свои должности, это приводит к недостаточной коллективной осведомленности команды, отправке сотрудников на работу за рубеж, в некоторой степени стоимость человеческих ресурсов возросла.

Отсутствие международной управленческой элиты. Руководители среднего и высшего звена Huawei внедряют систему конкурсных торгов, и у обычных сотрудников с отличными показателями есть возможность получить повышение по службе. Сотрудники, отправленные за границу, также выбираются среди лучших среди домашних работников. В транснациональном управлении, международной деятельности интеллектуальной собственности, международных финансах и других аспектах элиты немного ниже чем конкуренты.

Поскольку внешняя среда предприятия широка и сложна, она будет вырезана из макроскопических и микроскопических двух углов, а макроскопическая часть принимает метод стратегического анализа PEST для исследования политического (P), Экономического (E), Социального (S) и технологии (T) факторов в стране и за рубежом соответственно, а микроскопическая часть рассматривает развитие отрасли, конкурентов и поведение рынка, это обобщает возможности и угрозы, с которыми сталкивается интернационализация Huawei.

Политические факторы окружающей среды:

Международная политическая среда. Модель развития современной международной политики движется в направлении многополярности, хотя развитые страны европы и США остаются ведущими игроками в разработке и функционировании международных правил, с развитием глобальной мультиполярности, развивающиеся экономики играют все более важную роль в международных экономических делах, и основной тенденцией международных отношений является экономическое сотрудничество между

странами. Стратегия " Один пояс-один путь" продвигается вперед, а хорошая межправительственная коммуникация дает компании Huawei больше возможностей. Компания Huawei, конечно, не может быть слепо оптимистичной, политическая нестабильность в некоторых частях мира, таких как Ближний Восток, где у компании Huawei есть большие риски для ведения бизнеса.

Внутренняя политическая обстановка Внутривластная структура всегда была относительно стабильной, в " тринадцатом пятилетнем плане", Национальный план вложил много денег и предложил ряд программ политики для поддержки отрасли связи и высокотехнологичной промышленности. Китайское правительство решительно поддерживает интернационализацию индустрии связи и поощряет ее к выходу из страны и поиску новых стимулов для развития китайской экономики. Страна также преисполнена решимости развивать ряд коммуникационных компаний с международным уровнем исследований и разработок, чтобы повысить возможности Китая в области высоких и новых технологий и реализовать трансформацию из производственной державы в крупную научно-техническую страну.

Экономические факторы окружающей среды:

Международная экономическая ситуация. Сейчас, когда мировая экономика вступила в период глубокой перестройки с низким внешним спросом, тема современного мира не изменилась и все еще подчеркивает мир и развитие. С глубоким развитием региональной экономической интеграции, потенциал рынка развивающихся стран огромен, двусторонние и многосторонние соглашения о свободной торговле продолжают расти здоровыми и быстрыми темпами,общая экономическая среда помогает компании Huawei реализовать стратегию " совместных инноваций", тем самым еще больше улучшая всестороннее конкурентное преимущество компании Huawei. Следует отметить, что торговый протекционизм

обостряется или прикрывается, а частое возникновение торговых трений и споров, серьезно затрудняет темпы интернационализации корпоративных брендов.

Внутренняя экономическая ситуация. На данном этапе внутренний рынок Китая находится в "новой норме" экономики, экономическая структура была значительно скорректирована, реформа вступила в новый виток критического периода, другими словами, внутренний рынок Китая достиг насыщения, и даже многие отрасли промышленности находятся в состоянии избыточных мощностей, что привело к тому, что предприятия вынуждены переходить на зарубежные рынки. Во многих традиционных отраслях, переживающих переходный период и модернизацию, появились новые отрасли и быстро развивались, такие как интернет-финансовые предприятия, так, что хозяйственные субъекты всех социальных положений будут объектами компании Huawei, который нужно превратиться, имеет широкое рыночное пространство.

Факторы социальной среды:

Международные социальные факторы. В последние годы стремительное развитие сферы услуг стимулировало восстановление мировой экономики, частые обмены информацией и обмены персоналом в стране и за рубежом помогут предприятиям максимально использовать преимущества "двух рынков и двух ресурсов" для достижения конечной цели оптимального распределения ресурсов. Культура имеет характеристики плюрализма и разницы, в определенной степени, это повлияет на поведение иностранных потребителей, поэтому принятие новых вещей потребителями в различных социальных культурах и потребности различных социальных групп потребителей являются факторами, которые Huawei должна учитывать при разработке своей стратегии продвижения продукции и международной маркетинговой стратегии.

Внутренние социальные факторы. С начала реформ и открытости доход на душу населения постоянно растет, потребительский спрос больше не ограничивается материальным уровнем, все больше и больше людей начинают обращать внимание на духовный уровень спроса. За последние десять лет популярность и использование сети значительно изменили образ жизни людей, электронные продукты повсюду, Китай в основном в эпоху электронных платежей без бумажных денег, жители имеют более зрелое восприятие индустрии связи, что также обеспечивает неограниченные возможности для развития Huawei.

Политические факторы окружающей среды:

Состояние технологий за рубежом. Глобальные коммуникационные технологии модернизируются чрезвычайно быстрыми темпами, и технологии связи 4G с разнообразием и дифференциацией в настоящее время доступны во всем мире, в то время как различные технологические компании начали разрабатывать технологии 5G. На основе технологии 4G, технология 5G в будущем будет более интегрированной, более легкой для того чтобы интегрировать с местной культурой. В высококонкурентной технологической отрасли, НИОКР, несомненно, является единственным критерием, чтобы выиграть, первые предприятия для разработки технологии 5G может получить инициативу в следующем раунде конкуренции, участвовать в разработке 5G эры новых стандартов. Huawei всегда была готова инвестировать в R&D, уже в 2016 году объявила о начале исследований и разработок технологий 5G, а также инвестиции в размере до 600 миллионов долларов США.

Состояние отечественной технологии. Китай успешно вступил в новую эру 4G с эпохи 3G, достигнув полного охвата 4G во всех регионах страны, 4G ввода крупномасштабной коммерческой фазы, и достижение быстрого роста в будущем может быть. Китай обширных земель и большое население, китайский рынок имеет неограниченный потенциал для связи

обрабатывающей во всем мире промышленности имеет большую привлекательность, и, следовательно, также есть много промышленных инвестиционные возможности.

Анализируя стратегию конкурентов, поведение на международных рынках и перспективы развития отрасли в будущем, компания Huawei не может быть оптимистично настроена на микроуровне. Конкуренция в отрасли производства связи настолько жестока, что Huawei может заменить конкуренты в любой момент. Конкуренты Huawei в различных областях бизнеса сильны и не должны восприниматься легкомысленно. ZTE Co., Ltd., Ericsson Communications Co., Ltd. и другие конкуренты Huawei в бизнесе оператора, Samsung Group, Beijing Xiaomi Technology Co., Ltd является конкурентом Huawei в интеллектуальном терминале, Microsoft, Amazon и так далее являются конкурентами Huawei в бизнесе компании, эти мощные предприятия являются угрозой, с которой сталкивается интернационализация Huawei.

На рынке существует множество препятствий, включая дискриминацию в торговле, технические нормы и государственные интересы. В качестве одной из основных отраслей промышленности и ключевых областей страны, телекоммуникационная промышленность, как правило, тесно связана с национальными интересами, такими как проект торгов для австралийского широкополосного оборудования сети, и австралийское правительство заявило, что Huawei не допускается к участию в конкурентных торгах из соображений безопасности. Это свидетельствует о том, что развитие китайских предприятий на международном рынке также столкнется с препятствиями неценовых факторов на международном рынке. Торговая дискриминация, от которой страдает стратегия интернационализации Huawei, должна быть преодолена, что особенно заметно на европейском и американском рынках.

На основании приведенного выше анализа окружающей среды, возможностей и проблем, с которыми можно столкнуться международные деятельности Huawei были обобщены:

Возможности интернационализации Huawei:

С развитием коммуникационных технологий, общим улучшением инфраструктуры Интернета и улучшением широкополосного покрытия, она обеспечивает широкое рыночное пространство для инноваций в различных областях, таких как облачные вычисления, Интернет вещей, большие данные и так далее.

Растущий международный спрос на рынке, концепции отрасли связи и средств связи жителей становятся более зрелыми, потребительский спрос способствовал обновлению и модернизации промышленности, международная рыночная доля компании Huawei может быть дополнительно расширена и увеличена.

Финансовая поддержка высокотехнологичных предприятий со временем увеличивается, Huawei может быстро получить внутренние и зарубежные ресурсы одновременно с международным развитием и еще больше снизить комплексные затраты.

Возможные проблемы для международных операций Huawei:

Политическая нестабильность в мире, частые военные беспорядки в некоторых частях мира, сотрудничество с правительством Huawei, возможно, были свергнуты после войны, что привело к исчезновению инвестиций Huawei и кропотливые отношения, которые были кропотливо потеряны.

Конкуренция в отрасли становится все более жесткой, и многие низкотратные компании выходят на международные рынки, что приводит к дальнейшему сокращению прибыли. Из-за высоких инвестиций и высоких

затрат в исследования и разработки Huawei трудно получить больше прибыли, что приводит к сжатию рыночного пространства.

Технологический прогресс слишком быстрый, но коммерциализация и рыночное применение не имеют большого значения. Высокие затраты на научные исследования и разработки компании Huawei не могут быть возмещены в течение короткого периода, что приводит к нехватке средств и трудностям в управлении.

Рост торгового протекционизма, так что Huawei в Северной Америке, Европе и других рынках высокого класса трудно выйти из тупика в короткий срок, Huawei в Северной Америке по-прежнему очень низкая доля, торговые барьеры, торговая дискриминация трудно устранить.

После предыдущего детального анализа компании Huawei сильные и слабые стороны, возможности и проблемы, полученную таблицу 7.

	Преимущества (S)	Недостатки (W)
Внутреннее состояние	1.Лидирующая позиция в мировой индустрии коммуникаций.	1.Непубличное акционерное общество, селективное раскрытие информации.
	2.Сосредоточиться на технологических исследованиях и разработках, и сильных возможностях исследований и разработок.	2.Отсутствие международной управленческой элиты.
	3.Эффективная система управления.	
	4.Продукт рентабельный и быстрая доставка.	
	5.Акцент на развитии ключевых рынков.	
	6.Диверсификация бизнес-продуктов.	
	Возможность (O)	Угроза (T)
Внешняя среда	1.Международная политическая ситуация становится все более многополярной, с растущей мощностью и дипломатическими успехами Китая.	1.Мировая политическая ситуация нестабильна, и в некоторых районах часто происходят военные действия.
	2.Развитие коммуникационных технологий процветает, сеть 5G в мире с кульминацией,	2.Конкуренция в отрасли становится все более жесткой,

Huawei как технологическое предприятие, и многие низкочастотные будущее рыночного пространства широко. компании выходят на 3. Развитие и сотрудничество по-прежнему международные рынки, что остаются основным направлением приводит к дальнейшему современной мировой экономики, при этом сокращению прибыли. растущий спрос на международном рынке и 3. Технологический прогресс потребительский спрос обуздают слишком быстрый, но обновление и модернизацию отраслей коммерциализация и промышленности. рыночное применение не 4. Huawei может быстро получить оптимальное имеют большого значения. распределение ресурсов на международном 4. Рост торгового уровне, в то время как международное протекционизма. развитие.

таблица 7. SWOT-анализ стратегии интернационализации Huawei

С помощью SWOT-анализа, приведенного в таблице 7, можно дополнительно подготовить матрицу анализа SWOT-интернационализации Huawei в таблице 8.

	Возможность (О)	Угроза (Т)
	Стратегия SO (стратегия роста)	Стратегия ST (стратегия диверсификации)
Преимущества (S)	В полной мере использовать расширение спроса на международном рынке Huawei, тенденцию глобальной экономической интеграции, внутренней политики поддержки отраслей связи и высокотехнологичных отраслей, расширить размер рынка предприятий, увеличить исследования и разработки, увеличить масштабы инвестиций, чтобы захватить международный	Сохранение конкурентных преимуществ в развивающихся странах и рынках для дальнейшего развития и научных исследований. Корректировка собственной стратегии развития предприятия. Стратегическая передача и технологическая трансформация.

рынок и внутренний рынок.

	Стратегия WO (стратегия обращения вспять)	Стратегия WT (оборонительная стратегия)
Недостатки (W)	Планировать отказаться от расширения некоторых рынков, сохранить свои преимущества в области НИОКР и услуг, далее внедрять международные таланты и корректировать существующие структуры продуктов и услуг.	Без дальнейшего расширения международных рынков, удаления существующих рынков и смещения акцента, упразднения части сотрудников, отказа от части рынка, изменения существующей бизнес-модели, сокращения и уменьшения размера предприятия.

таблица 8. SWOT-матрица стратегии интернационализации Huawei

Из таблицы 8 видно, что в настоящее время существует четыре стратегии развития международного бизнеса Huawei:

SO стратегия-стратегия роста: схватите международные и отечественные тенденции экономического развития, более дальнейший следование национальной экономической политики “Один пояс, один путь”, с акцентом на ИКТ трубопроводной стратегии, расширение существующего рынка, увеличить инвестиции в НИОКР технологии, создать и развернуть больше центры технологии и НИОКР в мире, корректировать статус, чтобы новое наступление на рынках развитых стран, стремиться к большой доле рынка в Европе и Америке.

стратегия ST- диверсифицированная стратегия: начиная с источника НИОКР, увеличить независимые инновации, укрепить собственные силы, сохранять лидирующие позиции в отрасли связи, улучшить систему обслуживания и управления клиентами, снижати эксплуатационные расходы предприятий и затраты на производство продукции, разумное расширение, углубленное исследование и анализ целевого рынка, через государства, ВТО

И другие организации по защите торговли, чтобы защитить себя, сосредоточив внимание на преодолении торговых барьеров развитых стран.

Стратегия ВО-стратегия обращения вспять: повышение прозрачности предприятий, дальнейшее увеличение внедрения интернационализированных талантов, увеличение инвестиций в человеческие ресурсы и развитие интернационализированных талантов, дальнейший скрининг текущих рынков и инвестиционных регионов, дальнейшее расширение рынка, выбор более перспективных инвестиционных проектов и рынков, стратегический трансферт, адаптация существующих продуктов и услуг, ускорение модернизации промышленности и преобразование предприятий.

Стратегия WT- оборонительная стратегия: больше не дальнейшее расширение международного рынка, выбор отказаться от части рынка, корректировка внутри предприятия, сокращение бюджета и рабочих мест. Рационализация функций и управленческих учреждений, снижение себестоимости продукции, сокращение размеров предприятий, повышение устойчивости к риску предприятий.

В настоящее время коммуникационная промышленность находится в новой истории промышленной реформы и модернизации узла, наряду с сегодняшними “большими данными”, “облачными вычислениями”, эрой информационных технологий, чтобы подтолкнуть новые, все отрасли промышленности были введены в кульминацию новых технологий, спрос на рынке связи продолжает расширяться. Китай находится в большой возможности “Один пояс и один путь” инициатива, правительство в отрасли связи и новые технологии промышленности вложили много денег и поддержки политики, имеет высокий уровень оценки и признания бренда и продуктов Huawei на международном уровне. В целом, в рамках нынешней внутренней и международной обстановки, Huawei должна основываться на долгосрочных стратегиях устойчивого развития, борьба с отважно в экономике торренте и набегающий поток. С помощью приведенного выше

анализа, я думаю, стратегия SO- в большей степени соответствует стратегическим потребностям Huawei в краткосрочной перспективе, будет более благоприятной для развития предприятий. Huawei может воспользоваться этой возможностью, чтобы поднять свои международные достижения на новую вершину, укрепить свои внутренние преимущества, воспользоваться внешними возможностями, создать филиалы и научно-исследовательские институты по всему миру, в целях дальнейшего содействия развитию высокотехнологичной продукции и технологий, чтобы захватить долю международного рынка. Увеличение инвестиций в США, Европа и другие высокого класса рынка связи, сосредоточиться на R&D стоимость ведущих стратегии, использование Интернета вещей для подключения физического мира и цифрового мира, построить промышленную экологию, и стремиться найти новую точку прорыва на европейском и американском рынках, дальнейшее увеличение доли за рубежом рынка.

Заключение

Транснационализация мировой экономики началась с формирования информационного общества и перехода к постиндустриальному типу экономического хозяйствования. В течение нескольких последних десятилетий наблюдается процесс глобализации и интеграции, как политико-экономической, так и культурной. Соответствующие изменения характерным образом оставляют свой след преимущественно в сфере экономики. Основой этих изменений является государственное и научно-техническое воздействие в вопросах формирования и развития международного взаимодействия и сотрудничества. Процессы транснационализации и глобализации мировой экономики определили направления развития экономики второй половины XX века, стимулировали ее рост и взяли ее под контроль⁶⁰⁶¹.

На сегодняшний день транснациональные корпорации (ТНК) являются важным элементом развития мировой экономики и международных экономических отношений. ТНК способствуют обострению международной конкуренции и углублению международного разделения труда.

В 2017 году мировой рейтинг “Fortune Global 500”, проводимый журналом “Fortune” вошли 4 российских транснациональных компании. Самой крупной была признана компания «Газпром», занимающая 63 место, чей оборот составил \$91,382 млрд. Второй по величине российской компанией оказался «Лукойл», заняв в рейтинге 102 место, оборот - \$70,897 млрд⁶².

Современные ТНК, оказывая все большее влияние на международные экономические отношения и мировую экономик в целом, становятся

⁶⁰ Градобитова Л.Д., Исаченко Т.М. Транснациональные корпорации в современных международных экономических отношениях. М.: «Анкил», 2017.

⁶¹ Statistics Overview // United Nations Conference on Trade and Development. URL: <http://www.unctad.org/> (accessed: 10.03.2019).

⁶² Журнала Fortune – Режим доступа - <http://fortune.com/global500/list/70> МЛ-28 25-26 апреля 2018 года ISBN 978-5-9908274-9-3

важнейшими экономическими субъектами в мировой системе хозяйствования.

Во-первых, ТНК играет решающую роль в организации производства, обмена, распределения капиталов, товаров, услуг, технологий, размещении производительных сил, мировом разделении труда и определении условий конкуренции. Во-вторых, ТНК принадлежат наиболее современные и крупные предприятия, имеющие значительную долю производства. На них приходится более 1/3 мирового ВВП, до половины промышленного производства, 2/3 объема торговли и около 4/5 патентов и лицензий на новую технику, технологий, исследований и разработок.

Основное предпочтение в своей деятельности ТНК отдают новым перспективным быстроразвивающимся отраслям промышленности. Сегодня к ним можно отнести электронную промышленность, биотехнологии, телекоммуникации, информационные технологии и др. Немаловажное место в этом списке занимают химическая промышленность (фармацевтика), добывающая, автомобильная и топливная отрасли промышленности.

Почти все крупнейшие ТНК по национальной принадлежности относятся к странам «Триады»: США, ЕС, Япония. В последние годы активизируют свою деятельность на мировом рынке ТНК стран Китая, Индии, Бразилии, Аргентины, Кореи и др. В основном деятельность формируется в электронной и электротехнической промышленности, топливно-энергетическому сектору, химической и фармакологической промышленности, автомобилестроению.

Стратегическое развитие ТНК в современном мире многовариантно, однако оно, безусловно, нацелено на успешное преодоление неопределенности бизнес-среды, максимальное снижение издержек ввиду обострения конкуренции и увеличения стоимости инноваций, а также достижение оперативной гибкости. При этом важно отметить, что общемировые стратегии ТНК реализуются при условии благоприятного

национального режима для прямых иностранных инвестиций⁶³.

Конкурентные проблемы развития транснациональных корпораций в России включают в себя следующие.

Во-первых, невысокую по мировым меркам конкурентоспособность продукции российских ТНК (продвигаемой на мировом рынке благодаря демпинговым ценам на сырье), наряду с производством мировыми корпорациями в России продукции для внутреннего рынка, неконкурентоспособной за его пределами. Это относится, прежде всего, к российским сырьевым гигантам «Газпром», «Лукойл», а также к зарубежным корпорациям «Форд моторз компани», «БМВ», «Хьендэ» и др.

Во-вторых, в российской экономике транснациональные корпорации не выступают интегрирующим звеном между инвесторами, инновационными фирмами и научными организациями в России и за рубежом. Мы отмечаем, что период в развитии транснациональных корпораций, когда конкурентоспособность корпораций формировалась, прежде всего, за счет «материнской» производственной компании, фактически прошел. В настоящее время конкурентоспособность ТНК все больше обеспечивается за счет координации инновационной, инвестиционной и производственной деятельности филиалов и дочерних компаний по всему миру. Поэтому именно фирмы транснационального уровня могли бы вывести российскую экономику на новый уровень международной конкурентоспособности, однако это не происходит.

В-третьих, конкурентный эффект от сотрудничества российских и международных транснациональных корпораций очень слаб. Несмотря на ряд проектов взаимодействия российских и иностранных самолетостроительных компаний (ОКБ «Сухой» и «Боинг»), сырьевых и химических компаний ОАО «Газпром» и «БАСФ», реального обмена

⁶³ Журнала Fortune – Режим доступа - <http://fortune.com/global500/list/70> МЛ-28 25-26 апреля 2018 года ISBN 978-5-9908274-9-3

технологиями и их трансфера в Россию практически нет.

Экономическое развитие Китая последних десятилетий, характеризуется понятием «китайское чудо» с ежегодным ростом более 8%. Инвестиции в основной капитал увеличиваются ежегодно более чем на 20%, а частное потребление – на 12% при поддержке занятости и роста заработной платы и государственных расходов. Китай занимает второе место после США по величине ВВП. К 2030 г. экономика Китая станет первой страной в мире по величине ВВП, учитывая современный темп развития. Масштабные достижения Китая обусловлены особенностями национального менеджмента, заключающимися в национальных традициях, китайской социальности и особенностях государственного управления⁶⁴⁶⁵.

Для китайского типа семейного предприятия характерны:

Во-первых, патернализм как сосредоточение собственности, власти и авторитета в лице хозяина семейного дела;

Во-вторых, доминирование личностного фактора в отношениях и, в-третьих, обострённое внимание к сплочённости корпорации и защите интересов её членов. Со своей стороны, служащие должны были выказывать всяческое усердие и преданность даже не столько компании, сколько лично её хозяину.

В Китае наряду с крупными государственными предприятиями создаются заново или на базе малых государственных частные. Лозунг китайской национальной экономики: «Отпускать малые, держать крупные». С 2001 г. в Китае используется модель государственного разделения прав владения и управления, внедрения современных механизмов корпоративного

⁶⁴ Го Линь. Особенности государственного регулирования экономики Китая / Го Линь // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. – № 37-1. – С. 56–60.

⁶⁵ Ван Сяо Чунь. Государственное регулирование модернизации китайской экономики в условиях глобализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Ван Сяо Чунь ; Восточ.-Сибир. гос. технолог. ун-т. – Улан-Удэ, 2016. – 22 с.

управления, осуществляется косвенное регулирование и снижение контроля со стороны государства, формирование свободного денежного распределения доходов. Государственный сектор экономики Китая создаёт более 63% ВВП, составляет 80 % налогов в государственный бюджет, обеспечивает до 90% занятости населения. Более 20 китайских государственных предприятий входят в число 500 крупнейших транснациональных корпораций мира. Государственные компании Китая представлены в основном в таких стратегических отраслях, как транспортная, нефтехимическая, газовая, угольная, энергетическая, цветная металлургия, космическая и пр. Консолидация государственных предприятий привела с учётом размеров Китая к созданию гигантов. Как правило, консолидация идёт путём превращения госпредприятий в акционерные компании с сохранением контрольного пакета акций у государства. С 2002 по 2012 г. число предприятий центрального подчинения сократилось со 196 до 117. Целью объединения предприятий являлось повышение эффективности государственного сектора. Поэтому с целью повышения конкуренции была выдвинута идея их новой реформы по смешению форм собственности. Так были проданы пакеты акций крупных госкомпаний «Sinopet», «CNPC». Основная причина успеха китайских госкомпаний – внедрение современных систем корпоративного управления⁶⁶⁶⁷.

⁶⁶ Го Линь. Особенности государственного регулирования экономики Китая / Го Линь // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. – № 37-1. – С. 56–60.

⁶⁷ Ван Сяо Чунь. Государственное регулирование модернизации китайской экономики в условиях глобализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Ван Сяо Чунь ; Восточ.-Сибир. гос. технолог. ун-т. – Улан-Удэ, 2016. – 22 с.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1 от 30 ноября 1994г. №51-ФЗ // СПС «Консультант плюс» – Ст. 65.1 Корпоративные и унитарные юридические лица (введена Федеральным законом от 05.05.2014 № 99-ФЗ). URL:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/28916ee0bbdf24214da0c780cd7ad21d728f37a4/
2. Лукойл – финансовые отчеты предприятия [электронный ресурс]. URL:
<http://www.lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/ReportsAndPresentations/FinancialReports>
3. The Coca-Cola Company. Investors Info: Financial Reports and Information [электронный ресурс]. URL: <https://www.cocacolacompany.com/investors/investors-info-reports-and-financial-information>.
4. PepsiCo's Annual Reports and Proxy Statements [электронный ресурс]. URL:
<http://www.pepsico.com/Investors/Annual-Reports-and-Proxy-Information#ProxyInformation>
5. По итогам 2017 года чистая прибыль Coca-Cola упала в 5 раз [электронный ресурс]. URL: <https://nation-news.ru/346663-po-itogam-2017-goda-chistaya-pribyl-coca-cola-upala-v-5-raz>.
6. Журнала Fortune – Режим доступа - <http://fortune.com/global500/list/70> МЛ-28 25-26 апреля 2018 года ISBN 978-5-9908274-9-3
7. Чуку, Е.М. Транснациональные корпорации – влиятельные акторы современного мирового развития// Вестник Московского Лингвистического университета. – 2015. – С. 275-285
8. Мовсесян, А. Современные тенденции в развитии и управлении ТНК/ Проблемы теории и практики управления. – 2014. – С. 34
9. Джуманалиева, А.Р. Деятельность ведущих мировых ТНК на современном этапе// IN SITU. – 2017. – С. 27-30__

- 10.Трифонова, И. В. Роль транснациональных корпораций в глобализации мировой экономики [Текст]: статья / И. В. Трифонова // Молодой ученый. — 2016. — №9. — С. 243-245.
- 11.Терновая, О. А. Публичные компании в странах Европейского союза и публичные общества в России [Текст]: статья / О.А. Терновая // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. – 2015. – № 3. – С. 428-433.
- 12.Борисов, А.Н. Транснациональные банки как важнейшие субъекты мировой валютной системы [Текст]: статья // Национальная безопасность / nota bene. – 2016. – № 2. – С. 227-241.
- 13.Арсеньев, М.С. Транснациональные корпорации [Текст]: статья // Российский экономический журнал. – 2017. – №12.
- 14.Бобина, М. Стратегические альянсы в глобальной экономике[Текст]: статья / М. Бобина // Российский экономический журнал. – МЭиМО. – 2016. – №11.
- 15.Черкасова, Н.Н. Вопрос потенциала развития транснациональных компаний в мировой политике [Текст]: статья / Н.Н. Черкасова, В.С. Шабалина // Наука и мир. – 2016. – № 5 (33). Т.2 – С. 177-180.
- 16.Быт земских учителей курской губернии в конце XIX - начале XX в./ Черкасова Н.Н.// В сборнике: Земства, Советы, муниципалитеты: исторический опыт и современность, материалы Всероссийской научно-практической конференции; ответственный редактор В. С. Меметов. 2005. С. 197-201.
- 17.Повседневная жизнь земских учителей российской провинции во второй половине XIX - НАЧАЛЕ XX веков (на материалах Курской губернии)/ Черкасова Н.Н.// диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук / Курск, 2006
- 18.Формирование нравственной культуры специалиста системы потребительской кооперации/ Черкасова Н.Н.// В сборнике: Кооперация: проблемы и перспективы развития, 2008. С. 297-300.

19. Роль православной культуры в формировании личности специалиста потребительской кооперации/ Черкасова Н.Н.// В сборнике: Кооперация: проблемы и перспективы развития 2008. С. 301-305.
20. Образовательное назначение педагогического музея/ Черкасова Н.Н.// В сборнике: Повышение эффективности и качества дополнительного образования детей и молодежи, 2013. С. 232-236.
21. Угрозы национальной безопасности современной России/ Асеева А.Ю., Черкасова Н.Н.// В сборнике: Глобализация - путь к объединению, Сборник научных статей Международной научно-практической конференции. под редакцией: Бычковой Л.В., Кузьминой В.М.; Юго-Западный государственный университет. 2015. С. 35-38.
22. Глобализация как тенденция мирового развития в конце XX - начале XXI века/ Черкасова Н.Н.// В сборнике: Мировая экономика и социум: современные тенденции и перспективы развития, сборник научных статей. 2016. С. 320-323.
23. Парадокс ТНК как спутников глобальных проблем и способов их решения/ Шабалина В.С., Черкасова Н.Н.// Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2016. № 3 (13). С. 146-149.
24. Деятельность ТНК в современном мире: политический и экономический аспекты/ Шабалина В.С., Черкасова Н.Н.// Тенденции развития науки и образования. 2016. № 13-3. С. 28-29.
25. 50 крупнейших иностранных компаний в России – 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.forbes.ru/rating/50-krupneishikh-inostrannykh-kompanii-v-rossii-2016/2016 (Дата обращения: 10.03.2019 г.)
26. Агузарова Л.А., Агузарова Ф.С. Приоритеты и тенденции промышленной политики Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 8-1. – С. 399–402.
27. Международный банк реконструкции и развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?view=chart (Дата обращения: 10.03.2019 г.).

- 28.China Construction Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: en.ccb.com/en/investorv3/corporateoverview/overview.html (Дата обращения: 10.03.2019 г.).
- 29.Forbes Global 2000: крупнейшие компании мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: forbes.net.ua/business/1416864-forbes-global-2000-krupnejshie-kompanii-mira#2 (Дата обращения: 10.03.2019 г.).
- 30.Industrial & Commercial Bank Of China [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.icbc.com.cn/ICBC/About%20Us/Brief%20Introduction/brief%20introduction%20to%20icbc.htm (Дата обращения: 10.03.2019 г.).
- 31.UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [unctad.org/en/Pages/DIAE/Transnational-corporations-\(TNC\).aspx](http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Transnational-corporations-(TNC).aspx) (Дата обращения 10.03.2019 г.).
- 32.Кони́на Н. Ю. Конку́рентоспособность транснациональных корпораций в условиях глобализации :автореф. дис. д-ра экон. наук / Н. Ю. Кони́на. – Москва: МГИМО, 2018. – С. 24-25.
- 33.Якунина, Ю.С. Перспективы участия транснациональных корпораций в модернизации российской экономики / Ю.А. Журавский, Ю.С. Якунина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2017. – № 1. – С. 5-8.
- 34.Виноградский, Б. Б. Менеджмент в китайской традиции : учеб. пособие / Б. Б. Виноградский, В. С. Сизов. – М. : Экономистъ, 2017. – 255 с.
- 35.Го Линь. Особенности государственного регулирования экономики Китая / Го Линь // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2015. – № 37-1. – С. 56–60.
- 36.Ван Сяо Чунь. Государственное регулирование модернизации китайской экономики в условиях глобализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Ван Сяо Чунь ; Восточ.-Сибир. гос. технолог. ун-т. – Улан-Удэ, 2016. – 22 с.
- 37.Чун Шань. Транспортная система Китая: состояние и стратегия развития /

Чун Шань, С. Н. Третьяк // Транспорт: наука, техника, управление : сб. обзорной информации. – 2016. – № 1. – С. 39–42.

38.Бутова Т.В., Дунаева А.И., Удачин Н.О. Анализ моделей взаимодействия власти и бизнеса в зарубежных странах / Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». - Выпуск 2, март – апрель 2014.

39.Володина Н.А. Традиционные общинные ценности и российский тип хозяйства. / Сборник статей II Международной научно-практической конференции «Транспорт. Экономика. Социальная сфера (актуальные проблемы и их решения)». – МНИЦ ПГАУ. - 2015. - С. 9-12.

40.Кравцова В.М., Матвеева В.Ю. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике /КиберЛенинка:
<https://cyberleninka.ru/article/n/modelisotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa-v-mirovoy-ekonomike>

41.Щепин К. Китай-2018: большой план большой экономики
<http://ekd.me/2018/03/kitaj-2018-bolshoj-plan-bolshoj-ekonomiki/>

42.Градобитова Л.Д., Исаченко Т.М. Транснациональные корпорации в современных международных экономических отношениях. М.: «Анкил», 2017.

43.Statistics Overview // United Nations Conference on Trade and Development. Режим доступа: <http://www.unctad.org/> (Дата обращения: 10.03.2019).

44.Kuznetsov A., Chetverikova A. Russian multinationals continue their outward expansion in spite of the global crisis // Columbia University Academic Commons, 2009. URL: http://ccsi.columbia.edu/files/2013/10/Russia_2009.pdf (accessed: 10.03.2019).

45.World Investment Report 2005. Transnational Corporations and Internalization of R&D. New York; Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2005.

46.Шумилов В.М. Международное публичное экономическое право. М., 2015.

47.Шаховская Л.С. Мировая экономика и международные экономические

отношения. М.: «КноРус», 2013.

48. Transnational corporations (TNC) // United Nations Conference on Trade and Development. URL: [http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Transnational-corporations-\(TNC\).aspx](http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Transnational-corporations-(TNC).aspx) (accessed: 10.03.2019).

49. Dunning, John H. The Eclectic Paradigm as an envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity / John H. Dunning // International Business Review. – 1990. – Vol. 9. – P.163-190.

50. Hymer, S. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment / S. Hymer. Cambridge : MIT Press, 1976. – 253 p.

51. Наливайченко, Е. В. ТНК как институциональная форма интернационализации производства / Е. В. Наливайченко // Теория и практика экономики и предпринимательства. Труды XIV Международной научно-практической конференции / Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Институт экономики и управления, кафедра бизнес-информатики и математического моделирования. – 2017. – С. 33 – 35.

52. Волгина, Н. А. Международное производство, ТНК и прямые иностранные инвестиции: соотношение понятий / Н.А. Волгина // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Экономика. – 2015. – № 2. – С. 16 – 25.

53. Доклад о мировых инвестициях, 2016: основные тенденции и общий обзор [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2016_Overview_ru.pdf.

54. Джалилов, А. Гетерогенность и общие черты глобальных цепочек создания стоимости транснациональных корпораций / А. Джалилов // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 10, 3. – С. 18 – 20.

55. Животовская, И. Г. ТНК, новые производственные системы и глобализация промышленного производства на рубеже веков / И. Г. Животовская // Новые производственные системы и региональные аспекты глобализации: сборник обзоров и рефератов. Сер. Социальные и

экономические аспекты глобализации / Центр научно-информационных исследований глобальных и региональных проблем. Отделение глобальных проблем : И. Г. Животовская, Т. В. Черноморова. – М., 2014. – С. 11 – 60.

56.Гудим, К. М. Вектор влияния ТНК на развитие сельскохозяйственного производства в условиях активизации международной интеграции / К. М. Гудим // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. – 2016. – № 2. – С. 179 – 182

57.Аксенова, Е. М. ТНК: акционерные и неакционерные способы организации международного производства / Е. М. Аксенова // Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития. – 2015. – № 29. – С. 146 – 163.

58.Нuawei—Финансовый отчет Нuawei по итогам 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2017rus/index.html (Дата обращения: 12.02.2019 г.).

59.Нuawei—Финансовый отчет Нuawei по итогам 2016 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huawei.com/minisite/russia/annualreport2016/ (Дата обращения: 13.02.2019 г.).

60.Knight, G. & Cavusgil, S. T. Innovation, Organizational Capabilities, and the Born Global Firm. [J] Journal of International Business. – 2004. – № 35 – С. 124-141.