

*Москвитина Анастасия Эдуардовна, магистр студент*

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия,*

*г. Санкт-Петербург*

## **ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЙ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ**

**Аннотация:** в статье рассматриваются особенности стратегий интернационализации китайских компаний.

**Ключевые слова:** интернационализация, стратегия, особенности интернационализации, глобализация.

**Abstract:** the article discusses the features of the internationalization strategies of Chinese companies.

**Keywords:** internationalization, strategy, features of internationalization, globalization.

На данный момент, можно наблюдать тенденцию роста доли Китая на мировых рынках, это основывается на том, что успех китайских компаний связан с изменением государственной политики в области торговли. Со стремительным ростом китайских компаний не могут конкурировать крупные европейские, а также американские компании.

Необходимость разработки данной проблемы, поможет определить факторы успеха и особенности стратегий интернационализации компаний на международном рынке. В данной статье будут рассмотрены основные особенности интернационализации китайского рынка.

Проблема, рассматриваемая, в данной работе недостаточно разработана исследователями в России, так как не существует достаточного количества научных статей и работ, которые затрагивают данную проблематику [1].

### **Глобализация как фактор роста**

Стремительный рост китайских компаний на мировом рынке является удивительным явлением современной экономики. В XX веке на рынке Китая доминировали неподатливые государственные предприятия, характеризующиеся отсутствием современных технологий, а также отсутствием опыта на зарубежных рынках.

Стоит отметить, что рост китайских компаний начался с развитием информационных технологий. Совместно с развитием информационных технологий, процессы глобализации привели к дезинтеграции производственных цепочек, разделению производственного процесса на ряд стадий, переносу операций с невысокой долей добавленной стоимости из развитых экономик в страны с низким уровнем издержек. Большая часть китайских компаний, которые начали с производства комплектующих и выполнения сопутствующих товаров для иностранных корпораций, постепенно начали специализироваться на выпуске более сложных компонентов. Таким образом, компании освоили новые отрасли для дальнейшего роста. Примером новой отрасли для Китая можно отметить как производство мобильных телефонов, авиастроение, автомобилестроение и др.

Рассматривая глобализацию как фактор роста, можно отметить, что данный процесс позволил снизить барьеры на пути перемещения различных экономических факторов, а также облегчить процесс международной кооперации фирм. Большинство китайских компаний, которые сегодня осуществляют стратегию интернационализации, представлены либо в форме совместных предприятий, либо в форме альянсов и партнерств. Важным условием учреждения компаний в форме совместных предприятий или реализации крупных проектов на территории Китая является требование о

передаче технологии китайскому партнеру (данное условие действовало до присоединения Китая к ВТО, 11 декабря 2001г.).

Кроме того, процесс глобализации предоставил китайским компаниям возможность осуществлять найм ведущих зарубежных специалистов. Данная практика в последние десять лет стала широко используемой - многие компании нанимают специалистов по управлению качеством продукции, привлекают консультантов в других областях для того, чтобы приобрести недостающий опыт, улучшить качество выпускаемой продукции, а также улучшить конкурентоспособность компании на мировом и национальном рынках [2].

### **Государственная поддержка**

В рамках улучшения условий для интернационализации компаний, правительство Китая планирует осуществлять следующие мероприятия:

- выдача долгосрочных кредитов китайским компаниям от государственных инвестиционных фондов по низким ставкам;
- субсидирование корпораций в рамках стратегии поглощения иностранных компаний;
- субсидирование научной и исследовательской деятельности национальных компаний.

Также стоит отметить уже реализуемые меры поддержки со стороны государства в рамках процесса интернационализации:

- создан аналог «Силиконовой долины», куда приглашает специалистов международного уровня для создания новых компаний с участием китайских партнёров на международной арене;
- создан инвестиционный фонд, которым могут воспользоваться мировые телекоммуникационные компании. Обращаясь в данный фонд, компании принимают условия финансирования, в рамках которого позволяют Китаю усилить свое влияние на указанном рынке;
- осуществление глобальных инфраструктурных и интеграционных проектов – например, развитие транспортной инфраструктуры, которая

позволит связывать государства азиатского материка со странами Тихоокеанского региона. Данный проект позволит Китаю расширить своё присутствие в данном регионе, а также удешевить создание производств китайских компаний в азиатских странах.

### **Инновационность**

Процесс инноваций компаний включает этапы исследования (определение потребности, проблемы; моделирование; разработка решений и прототипов), а также визуализация продукта (дизайн, собственно разработка продукта, тестирование, выпуск на рынок). В Китае компании делят весь инновационный процесс на несколько небольших этапов. Над каждым этапом работают несколько команд, состоящих из десятка сотрудников. При необходимости сотрудники могут перемещаться из команды в команду. Довольно часто работа над этапами может идти параллельно или включать в себя представителей разных отделов [3].

Рассматривая принципы инновационности китайских компаний, стоит отметить принцип «тест-запуск-совершенствование», которые является характерным для многих китайских компаний. Данный принцип заключается в том, что компания сначала тестирует продукт с помощью фокус-групп, после детального тестирования выпускают данный продукт, а затем собирают отзывы от компаний о работе выпущенного продукта, а также о его возможных улучшениях.

### **Библиографический список:**

1. Кони́на Н.Ю., Важнейшие аспекты развития крупных международных компаний в меняющемся мире, 2016.
2. Чернецова Н.С., Лю Яцзин, Основные показатели внешней торговли Китая: Анализ современных тенденций, 2018.
3. Трофимов В.В. Система формирования исследовательских компетенций и технологических заделов в научной и образовательной деятельности, 2018.