

Особенности деятельности китайских транснациональных компаний на российском рынке в условиях глобализации

Научный руководитель – Покрытан Павел Анатольевич

Борисенко Ксения Михайловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет глобальных процессов, Направление глобальной экономики и управления, Москва, Россия

E-mail: xen.borisenko2017@yandex.ru

В современной глобализирующейся экономике Китайская Народная республика занимает лидирующие позиции (самый большой объем ВВП) [7].

По мере беспрецедентно быстрого развития китайской экономической системы на глобальный рынок постепенно стали выходить китайские транснациональные корпорации, оказавшие значительное влияние на национальные экономики многих государств мирового сообщества. Российская экономика также оказалась под влиянием китайских транснациональных корпораций.

Экономическая глобализация влияет на современное состояние даже двусторонних экономических отношений, в частности на отношения России и Китая. Глобализация облегчила процесс движения капиталов, обусловила интернационализацию производства и подвела мир к тому, что территориальные границы для крупных компаний буквально перестали существовать. В таких выгодных условиях выросли сначала западные транснациональные корпорации, за ними - японские и корейские, далее - китайские.

Однако в отличие от своих конкурентов, китайские ТНК демонстрируют совершенно другой подход к ведению бизнеса, а помимо этого максимально используют блага своей смешанной политико-экономической системы, где с социалистической идеологией соседствуют элементы рыночной модели управления экономикой. [3]

Китайские предприниматели отличаются более рискованной стратегией ведения бизнеса и используют неочевидные способы захода на зарубежные рынки. Самый популярный механизм - войти на рынок, используя узкую и непопулярную нишу, закрепиться в ней и постепенно продвигаться дальше, захватывая целый рынок. Кроме того, китайские предприниматели предпочитают заходить на глобальный рынок, начиная с развивающихся стран, где их конкуренты не находят для себя достаточно платежеспособных потребителей [6].

Кроме того, в процессе производства китайские фирмы также имеют свои определенные преимущества, среди которых выделяется так называемая «стоимостная инновация». Суть подхода - предложить потребителю высокую технологию по низкой цене [2]. Реализовать такую стратегию на практике позволяют исключительно китайские преимущества, а именно:

- невысокая стоимость высококвалифицированных кадров;
- государственная поддержка;
- высокая степень самостоятельности менеджмента;
- личная заинтересованность сотрудников в успехе компании.

Реализовать высокую технологию по низкой цене китайцам помогает, во-первых, невысокая стоимость труда образованных сотрудников (зарплата китайского инженера составляет примерно 30% от зарплаты американского инженера).[4] Кроме того, важна господдержка. Во многих крупных китайских ТНК государство имеет долю акций и оказывает

при необходимости финансовую поддержку. Это позволяет предпринимателям КНР больше рисковать, чем это могут позволить себе их западные коллеги.

Что касается выхода на российские рынки и российско-китайское сотрудничество в целом, то Россия, в основном, импортирует из Китая высокотехнологичные товары, такие как смартфоны, компьютеры, а также телевизоры и аудиотехнику [5]. Все эти товары, во-первых, не имеют российских аналогов, а помимо этого, отличаются от своих американских и корейских аналогов значительно более низкой стоимостью. На данный момент, реализуется большое количество российско-китайских проектов в области ИКТ, что позволяет развивать этот сектор в России. Главный экспортируемый товар - сырье, что несет для России большие риски попасть в зависимость от китайских закупок [1].

В условиях санкций и пандемии терять такого важного торгового партнера как Китай Россия не может, иначе она рискует оказаться в изоляции. Поэтому оптимальной будет более деликатная стратегия, которая предполагает создание совместных предприятий, на которых можно обменяться опытом и объединить преимущества.

Источники и литература

- 1) Александрова М.В. Китайские инвестиции в России: отраслевой срез // Внешнеэкономическая политика КНР, 2016, №5. – с.220
- 2) Мин Цзен. Дракон у дверей. Как российским компания выдержать китайскую конкуренцию / Мин Цзен и Питер Дж. Вильямсон; пер. с англ. А.Н. Анваера. – М.: Вершина, 2009. – с.232
- 3) Си Цзиньпин. О государственном управлении. – М., 2014 – 624 с.
- 4) Средняя зарплата по странам мира. Рейтинг 2020 // Тюлягин. О сайтах, маркетинге, инвестициях, будущем. [Электронный ресурс] URL: <https://tyulyagin.ru/ratings/srednyaya-zarplata-po-stranam-mira.html> - Дата обращения: 23.02.2021
- 5) Статистика импорта из Китая за январь-декабрь 2019 // Статистика внешней торговли России [Электронный ресурс] URL: <https://statimex.ru/statistic/all/import/default/CN/RU/> - Дата обращения: 28.01.2021
- 6) Уроки выживания: чему можно научиться у китайских компаний // Harvard Business Review [Электронный ресурс] URL: <https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/767685>
- 7) GDP, PPP (current international \$)// The World Bank [Электронный ресурс] URL: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.PP.CD?most_recent_value_desc=false - Дата обращения: 28.01.2021