

Стратегия интернационализации и развития компаний в Китае: На примере китайских аэрокосмических компаний

Научный руководитель – Соколова Екатерина Николаевна

Люй Минчан

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии и менеджмента общественных процессов, Москва, Россия

E-mail: 1126071326@qq.com

В условиях глобальной экономической интеграции интернационализация бизнеса стала важным двигателем экономического развития стран. Китай, являясь второй по величине экономикой в мире, сталкивается с вызовами трансформации и модернизации. Аэрокосмическая отрасль выступает важным показателем научно-технической мощи и комплексной национальной силы. Китайское правительство рассматривает развитие аэрокосмической отрасли как часть национальной стратегии, подчеркивая её ключевую роль в обороне, безопасности, экономике и научно-техническом прогрессе. Интернационализация аэрокосмических предприятий затрагивает не только рост самих компаний, но и тесно связана с достижением общих стратегических целей государства. Исследование стратегии интернационализации аэрокосмических предприятий позволяет глубже понять стратегические подходы Китая в условиях глобализации. С продвижением инициативы «Один пояс, один путь» китайские компании всё активнее участвуют в международных рынках, а аэрокосмические предприятия, как один из важных примеров стратегии интернационализации, обладают значительной научной и практической ценностью.

В настоящей статье анализируются возможности и вызовы, с которыми сталкиваются предприятия на мировом рынке, а также разрабатываются эффективные стратегии интернационализации, направленные на повышение их конкурентоспособности, достижение устойчивого развития и усиление влияния на международной арене. В исследовании применены такие методы, как обзор литературы, анализ кейсов, количественные исследования, интервью с экспертами и сравнительный анализ. Эти методы вместе отражают сложность и многомерную природу процесса интернационализации китайских аэрокосмических предприятий. Обзор литературы обеспечивает теоретическую основу, помогая выявить ключевые факторы и вызовы; анализ кейсов извлекает успешный опыт международных ведущих аэрокосмических компаний, предоставляя практические рекомендации; количественные исследования с помощью анализа данных повышают надежность выводов; экспертные интервью дают отраслевые инсайты, дополняя эмпирический материал и увеличивая прикладную ценность исследования; сравнительный анализ помогает выявить преимущества и слабые стороны китайских компаний и предлагает стратегические решения с международной точки зрения.

В контексте реализации стратегии «научно-технической мощи» и «аэрокосмического лидерства» интернационализация становится важным инструментом для повышения конкурентоспособности и международного влияния китайских аэрокосмических компаний. Однако в настоящее время предприятия сталкиваются с такими проблемами, как недостаточная реализация стратегий, нехватка управленческих навыков и внешние вызовы. В связи с этим в исследовании предлагается сосредоточиться на укреплении реализации стратегий интернационализации, повышении осведомленности о бренде, усилении управления и подготовки кадров, а также активном участии в инициативе «Один пояс, один

путь» для выхода на международные рынки и продвижения интернационализации аэрокосмической продукции. Эти рекомендации предоставляют важную теоретическую основу и практическое руководство для интернационализации китайских аэрокосмических предприятий. Опыт Китая в этой области, обусловленные его уникальностью и представительностью в аспектах национальной стратегии, технологических инноваций, рыночного спроса и государственной поддержки, могут служить важным источником вдохновения и примеров для других отраслей, стремящихся к интернационализации. Стратегия интернационализации китайских компаний может быть разделена на несколько этапов: от начального этапа, ориентированного на внутренний рынок, к этапу транснационального управления и глобализации. Модель «постепенной интернационализации» включает в себя внутреннее производство, международное сотрудничество и создание глобальной сети поставок.

Источники и литература

- 1) Ван Цзюань. Обсуждение стратегии «Выхода за границу» и усиление шагов по интернационализации. // «Китайская космическая газета», 21 декабря 2010 г. URL: http://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CCND&dbname=CCNDLAST2011&filename=CHTB201012210011&uniplatform=OVERSEA&v=Ju5JEt-vCgnhv-rLBiLJRbGpaeg57XUTBhDDzyBoze9akwrYHwLXS4PnIGdm5Qo_5f7fa7zNfjs%3d
- 2) Дин Цзе. Исследование интернационализации стандартов китайской космонавтики. // «Китайская стандартизация», 2019, выпуск 5, стр. 39-43. URL: https://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2019&filename=ZGBZ201909011&uniplatform=OVERSEA&v=3tER0cTwp5aLtXD0ROQ_BhWffobSeDNK_Z1OQn_Brr58wZC1L2rwemUKvtxkBpHx
- 3) Шань Вэньцзе, Люй Линь, Цинь Чжэнь. Исследование повышения интернационализации китайских космических предприятий в новую эпоху. // «Китайская космонавтика», 15 августа 2022 г. URL: <https://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2022&filename=ZGHT202208013&uniplatform=OVERSEA&v=Vz8O-ImZVtZT6aQivBNl2BxogJOXt-5xSkOyaeLAdWeYoxHTx25tnyokuZbg7Xe4>