

*Сюй Хань*

*студент*

*2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного  
образования*

*Московский педагогический государственный университет*

*Россия, г. Москва*

**ЛОКАЛИЗАЦИЯ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В  
КИТАЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ  
СТРУКТУРОЙ**

*Аннотация:*

*Поскольку статус китайской экономики на международной арене продолжает улучшаться и большое количество компаний привлекается для инвестирования в Китай, вопрос о том, как дать возможность многонациональным компаниям быстрее и рациональнее локализоваться в Китае, стал предметом озабоченности. В данной статье рассматривается локализация транснациональных компаний в Китае с точки зрения управления организационной структурой.*

*Ключевые слова: Организационная структура, транснациональные компании, локализация*

*Sui Han*

*student*

*2 courses of a magistrac, Institute of social arts education*

*Moscow pedagogical state university*

*Russia, Moscow*

**LOCALIZATION OF MULTINATIONAL COMPANIES IN CHINA IN  
TERMS OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE MANAGEMENT**

*Summary:*

*As the status of the Chinese economy in the international arena continues to improve and a large number of companies are attracted to invest in China, the*

*question of how to enable multinational companies to locate in China faster and more efficiently has become a matter of concern. This article examines the localization of multinational companies in China from the point of view of organizational structure management.*

*Keywords: Organizational structure, multinational companies, localization*

Локализация <sup>1</sup>- это процесс, посредством которого транснациональные компании продолжают адаптироваться к политической, экономической, культурной и другим условиям принимающей страны, чтобы их дочерние компании и компании в принимающей стране могли успешно осуществлять производственную и деловую деятельность, которая включает в себя производство, организацию, маркетинг, стратегию и другие аспекты. В настоящее время, когда тенденция экономической глобализации усиливается день ото дня, появляется все больше и больше транснациональных компаний. После реформ и открытости Китая многие транснациональные компании успешно вышли на китайский рынок и добились хорошей локализации. Среди этих многонациональных компаний в Канаде есть небольшое количество многонациональных компаний, но появились такие известные компании, как Bombardier, которые стали важной частью экономической структуры Китая. В процессе локализации этим многонациональным компаниям все еще предстоит изучить множество вопросов, особенно касающихся управления организационной структурой.

1. Разработка организационной структуры транснациональных компаний  
Самая ранняя организационная структура предприятия представляла собой простую линейную систему и функциональную систему, а также линейную функциональную систему, образованную их комбинацией. С развитием теории и постоянным обобщением практических результатов постепенно

<sup>1</sup> Ван Лисинь. Изменения в модели организационной структуры транснациональных компаний и их последствия для китайских предприятий [J]. Журнал Университета Сунь Ятсена: Издание по общественным наукам, 2022, 42 (6) : 84-90.

сформировалась организационная структура предприятий, включающая систему бизнес-отделов, систему супербизнес-отделов, имитирующую децентрализованную систему, матричную структуру и многонациональную сетевую структуру. Развитие организационной структуры транснациональных компаний также постоянно совершенствуется по мере корректировки бизнеса их компаний. Поначалу многонациональные компании только начинали выходить на зарубежные рынки. Основное содержание бизнеса ограничивалось небольшим количеством прямых или косвенных экспортных операций. Что касается организации и управления, им нужно было всего лишь открыть специальный экспортный отдел при отделе маркетинга компаний, чтобы отчитываться о небольшом количестве экспортных предприятий. С увеличением объемов экспорта компании необходимо создать специальный экспортный отдел для единого управления. И как только транснациональные компании перестанут ограничиваться экспортной продукцией, а начнут сотрудничать за рубежом по всему миру, они создадут специальный отдел международного бизнеса для обработки зарубежных заказов и других вопросов, таких как авторизация. Когда международные инвестиции будут еще больше увеличиваться, включая зарубежное производство, и многонациональный бизнес станет основным направлением деятельности компаний, многонациональные компании будут создавать международные штаб-квартиры, зарубежные филиалы и даже создавать глобальную матричную структуру в соответствии с регионами мира, функциями и т.д.<sup>2</sup>.

## 2. Причины локализации транснациональных компаний в Китае

(1) Тенденция экономической глобализации усилилась. Экономическая глобализация - это глобальное перераспределение мировых ресурсов посредством таких видов экономической деятельности, как оборот капитала, внешняя торговля и передача технологий, для

<sup>2</sup> Ван Лисинь. Изменения в модели организационной структуры транснациональных компаний и их последствия для китайских предприятий [J]. Журнал Университета Сунь Ятсена: Издание по общественным наукам, 2022, 42 (6) : 84-90.

достижения разумного распределения элементов выживания. Это неизбежный результат развития мировой экономики, а также возможность и вызов для транснациональных компаний. Если транснациональные компании хотят соответствовать тенденциям развития экономической глобализации, они должны быстрее интегрироваться на рынки различных регионов мира, чтобы получить более сильное конкурентное преимущество. Для того чтобы интегрироваться на рынок принимающей страны, многонациональным компаниям необходимо перераспределить ресурсы и внести серьезные корректизы в свою организационную структуру для достижения локализации. Только на основе осознания локализации различных регионов многонациональные компании могут по-настоящему реализовать свою стратегию глобализации.

(2) Особенности окружающей среды Китая. По сравнению с другими соседними странами Китай, имеющий 5000-летнюю историю цивилизации и особую политическую систему, обладает уникальной средой, которая включает в себя множество аспектов, таких как политика, экономика, культура и общество. Например, что касается экономической конъюнктуры, то экономическое развитие Китая быстро набирает обороты. Хотя в 2015 году оно начало снижаться, в условиях глобального экономического спада темпы экономического роста по-прежнему остаются хорошими. Чтобы не отставать от стремительного развития китайской экономики, транснациональные компании должны действовать быстро и использовать открывающиеся возможности. С точки зрения политической обстановки, социалистическая система с китайскими особенностями отличается от западного капитализма, но отношение к транснациональным компаниям должно быть более умеренным. В последнем отчете о двух сессиях за 2016 год вы продолжаете указывать на то, что Китай повысил уровень использования иностранного капитала, смягчил стандарты доступа, а также упрощенные процедуры создания компаний - все это хорошие возможности для многонациональных компаний в Китае. Однако, чтобы воспользоваться

такой возможностью, необходимо также сосредоточиться на создании доминирующих промышленных кластеров и постепенно расширяться на центральные и западные регионы, как упоминалось на двух сессиях. Более того, возможности сами по себе не могут открыть китайский рынок. Будучи представителем восточной цивилизации, Китай не отличается рыцарством или христианской верой, как западные страны. В нем больше конфуцианского мышления и концепции местной привязанности, а выражение идей более тонкое и эвфемистическое, чем прямое. Это важные факторы, что транснациональным компаниям необходимо локализоваться в Китае<sup>3</sup>.

(3) Конкурируйте за рынок и ресурсы Китая. Согласно полученной теории жизненного цикла, развитые страны могут поставлять продукцию в развивающиеся страны, которые, возможно, все еще находятся в периоде роста или даже импорта, когда их внутренние рынки насыщены, и Китай, обладающий обширной территорией и огромным скрытым рыночным потенциалом, несомненно, является хорошим выбором. Благодаря своей обширной территории Китай богат природными ресурсами. В то же время, после проведения реформ и открытости, Китай также уделяет все больше внимания возможностям образования, науки и техники. Стратегия омоложения страны с помощью науки и образования и укрепления страны талантами привела в Китай множество талантливых специалистов. Таковы цели конкурирующих транснациональных компаний. Только путем реализации локализации можно достичь цели захвата рынка и получения ресурсов.

3. Тенденция локализации организационной структуры управления транснациональными компаниями в Китае

Организационная структура является сетевой и плоской. Сетевая структура постепенно стала основным выбором организационной структуры

<sup>3</sup> Цю Личэн, Чэн Юй. Анализ локализации управления и ее влияния в многонациональных компаниях Китая [J]. Журнал Пекинского института управления, 2021 (1): 29-34.

для локализации многонациональных компаний в Китае. Когда преимущества страны в использовании собственных природных ресурсов перестают быть очевидными, эра информационных технологий делает сетевую структуру приоритетным выбором. В рамках сетевой структуры многонациональные компании могут выбирать различные варианты распределения ресурсов в соответствии с различными географическими преимуществами и распределять различные связи, такие как исследования и разработки, производство и продажи, по всему миру, так что все филиалы образуют органичную общую сеть. С точки зрения общего структурного уровня, организационная структура транснациональных компаний постепенно выравнивается.

Система штаб-квартиры и функциональная структура департамента высокого уровня. В настоящее время управление организационной структурой многонациональных компаний в Китае в основном начинается с сетевой структуры и создания региональной штаб-квартиры в China Communications, в то время как наиболее концентрированный район штаб-квартиры находится в Пудуне, Шанхай. При создании региональных штаб-квартир в функциональных подразделениях различные функциональные отделы на одном уровне имеют разную степень локализации. Что касается генеральных менеджеров в Китае, то многие страны по-прежнему настаивают на использовании персонала из своих стран, в то время как руководители отделов маркетинга и управления персоналом на том же уровне часто являются китайцами. Конечно, из-за культурных различий структура транснациональных компаний в разных странах в функциональном секторе также сильно отличается. Соединенные Штаты, которые наиболее близки к экономике и культуре Канады, обычно назначают китайцев на должности старших менеджеров в Китае.

Обратите внимание на независимые научно-исследовательские отделы. Помимо создания штаб-квартиры в Китае, еще одной очевидной тенденцией локализации организационной структуры транснациональных

компаний в Китае является перемещение отдела исследований и разработок на материковую часть Китая. Такого рода движение - это не только передача технологий и широкомасштабное привлечение местных китайских исследовательских талантов, но и разработка всей китайской региональной стратегии исследований и разработок и разработка индивидуальных планов, адаптированных к местной ситуации в Китае.

### **Литература:**

1. Ван Лисинь. Изменения в модели организационной структуры транснациональных компаний и их последствия для китайских предприятий [J]. Журнал Университета Сунь Ятсена: Издание по общественным наукам, 2022, 42 (6) : 84-90.
2. Цю Личэн, Чэн Юй. Анализ локализации управления и ее влияния в многонациональных компаниях Китая [J]. Журнал Пекинского института управления, 2021 (1): 29-34.
3. Вэй Хайин. Теория ценности предприятия и эволюция организационной структуры малых и средних предприятий [J]. Бизнес-менеджер, 2021, (15)