

Чу хаовэй

студент

2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного

образования

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИЙ В
НОВЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ**

Аннотация:

С 1990-х годов международные экономические отношения переходят к многополярной модели. Влияние новых международных экономических отношений на поток международных прямых инвестиций имеет далеко идущие последствия. То, как многонациональные компании, как основной орган международных прямых инвестиций, адаптируются к изменениям в международных экономических отношениях и формулируют соответствующие механизмы экономического управления внешнеэкономической деятельностью, определяет успех или неудачу их международного маркетинга.

Ключевые слова: Международные экономические отношения, инвестиции, внешнеэкономическая деятельность

Chuhaowei

student

2 courses of a magistrac, Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

**ECONOMIC MECHANISM FOR MANAGING FOREIGN
ECONOMIC ACTIVITY OF COMPANIES IN THE NEW INTERNATIONAL
ECONOMIC CONDITIONS**

Summary:

Since the 1990s, international economic relations have been shifting to a multipolar pattern. The impact of the new international economic relations on the

flow of international direct investment is far-reaching. How multinational companies, as the main body of international direct investment, adapt to the changes in international economic relations and formulate corresponding economic management mechanisms for foreign economic activities, determine the success or failure of their international marketing.

Keywords: International economic relations, investment, foreign economic activity

Изменение международных экономических отношений имеет двойное значение для международных предприятий в различных странах, занимающихся международной маркетинговой деятельностью. С одной стороны, изменения в международной среде и тенденция к многополярности предоставили многонациональным предприятиям более широкие возможности для участия в экономической деятельности в глобальном масштабе и в большем количестве областей. С другой стороны, в новых международных условиях рыночная конкуренция чрезвычайно жесткая, многонациональные предприятия не только сталкиваются с давлением со стороны своих коллег и конкурентов, но и сталкиваются с различным сопротивлением со стороны некоторых региональных групп и торгового протекционизма некоторых стран. Поэтому то, как отвечать на серьезные вызовы новой среды, является ключом к успеху предприятий в международном маркетинге, к достижению выживания наиболее приспособленных.

В последние годы мировая экономика развивалась низкими темпами и спадом, и, в отличие от этого, мировая торговля росла относительно быстрыми темпами. Причинами этого, конечно, являются такие факторы, как меры макроконтроля в западных странах и реструктуризация промышленности, но есть очень важный фактор, то есть быстрое развитие транснациональных корпораций в последние годы придало жизненную силу мировой экономике и мировой торговле. Согласно Докладу о мировых инвестициях в отношении женщин 993: Транснациональные корпорации и международное интегрированное производство, опубликованному ЮНКТАД

в июле 1993 года, в настоящее время в мире насчитывается 3,5 миллиона человек. 70 000 транснациональных компаний, 170 000 дочерних компаний. В 1992 году эти компании инвестировали 2 трлн долларов США в прямые иностранные инвестиции и продали около 5,5 трлн долларов США¹. Напротив, общий объем мирового экспорта товаров и услуг составляет около 4 трлн долл., из которых треть приходится на внутренние операции между материнскими компаниями и иностранными дочерними компаниями. Таким образом, транснациональные корпорации все чаще становятся главной движущей силой, способствующей развитию мировой экономики.

Итак, в новых международных экономических отношениях какую адаптивную корректировку механизма управления экономикой внешнеэкономической деятельности внесли ТНК?

1) Создание глобальной бизнес - сети²

В то время, когда мировая экономика становится все более интегрированной, многонациональные компании продолжают преодолевать национальные ограничения в любой форме и переходить к “безгосударственным” глобальным компаниям. Они развивают свой бизнес с глобальной точки зрения, а не просто с учетом экономических интересов стран базирования транснациональных корпораций. Однако именно расширение международной маркетинговой деятельности транснациональных корпораций по всему миру, нарушающее относительное единство национальных экономик, привело к более тесным экономическим связям и большей взаимозависимости между странами.

В новых международных условиях ТНК, чтобы получить конкурентное преимущество и максимизировать прибыль, больше не довольствуются экономической деятельностью в конкретной стране или регионе, а принимают во внимание мировую экономическую ситуацию в целом,

¹ Борисов Е.Ф. Экономика предприятия: Учебник и практикум / Е.Ф. Борисов. - М.: Изд-во Юрайт, 2010г. - 210с.

² Бердина М.Ю., Даюб А.В., Кузьмова Ю.С. Регулирование внешнеэкономической деятельности: учебно-методическое пособие / М.Ю. Бердина. - СПб: ГОУ ВПО «СПбГУ ИТМО», 2011. - 105 с.

инвестируют, производят и торгуют по всему миру, а также организуют международное разделение труда внутри и за пределами компании. Создание глобальной бизнес-сети означает, что транснациональные компании объединяют свои производственные базы по всему миру, закупают недорогое сырье и запчасти для продукции, организуют производство и переработку в наиболее продуктивных местах и, наконец, отправляют готовую продукцию в наиболее необходимые страны и регионы для продажи, чтобы получить максимальную прибыль. В целях адаптации к развитию и изменению этого специализированного разделения труда и сотрудничества внутри ТНК формируются многоуровневые сетевые отношения, такие как материнская компания, полномочия и функции иностранных дочерних компаний, распределение различных дочерних компаний, концессии или аналогичные договорные связи и т.д. Все эти сети, в свою очередь, опираются для своей эффективности на глобальные информационные сети, созданные транснациональными корпорациями.

Благодаря этой многоуровневой бизнес-сети транснациональные корпорации могут видеть весь мир как свой собственный производственный цех и рынок сбыта, независимо от границ национальных границ. Лица, принимающие стратегические бизнес-решения в транснациональных корпорациях, всегда должны определять в глобальной сети, как эффективно использовать таланты, технологии, капитал и природные ресурсы, стремиться к снижению затрат и стремиться поставлять на рынок лучшие товары по самой низкой цене, чтобы занять рынок.

2) Энергично продвигать "локализацию" зарубежных предприятий"

Это еще одна новая тенденция транснациональных компаний корректировать свои бизнес-стратегии в новых условиях международных экономических отношений. Иностранные дочерние компании транснациональных корпораций в своей инвестиционной и операционной деятельности в принимающей стране уменьшают свои различия с местной экономикой и культурой, разбавляют национальный колорит предприятия и реализуют стратегии локализации с точки зрения источника

персонала, средств и частей продукции, чтобы они стали подлинными местными компаниями.

В настоящее время локализация зарубежных предприятий транснациональных компаний стала тенденцией. В последние годы многие транснациональные компании в мире включили отбор и обучение местного персонала в планы развития зарубежных предприятий, обучили местный персонал конкретным методам производства и управления и постепенно реализовали использование местного персонала для управления местными предприятиями, чтобы более эффективно осуществлять маркетинговую деятельность в принимающей стране и соседних странах. В то же время, чтобы избежать торговых трений, укрепить сотрудничество с местными предприятиями, свести к минимуму долю сырья и частей продукции, экспортируемой из родной страны, и улучшить местную долю внутреннего производства. Североамериканская зона свободной торговли, например, в соответствии со строгими правилами происхождения Североамериканского соглашения о свободной торговле, содержит только 62. Автомобили с более чем 5% североамериканских компонентов имеют право на освобождение от уплаты налогов. В любом случае, поскольку мировая экономика все больше развивается в направлении глобализации, транснациональные корпорации стали непреодолимой тенденцией развития, рассматривая весь мир как свои собственные производственные предприятия и лаборатории и интегрируя его с экономикой и культурой своих регионов и стран. Только полностью задействовав и используя сильные стороны предприятий с иностранным капиталом, а также сдерживая и снижая негативное воздействие предприятий с иностранным капиталом на их собственную экономику, принимающая страна может справиться с приливом мировой экономической интеграции. Узкого протекционистского подхода больше нет.

3) Трансграничные слияния и широкие международные стратегические альянсы

С 1980-х годов западный мир захлестнула волна транснациональных слияний, когда транснациональные компании напрямую проникали на

зарубежные рынки и расширяли их, приобретая или объединяя иностранные компании. В этой волне слияний наиболее активны некоторые крупные японские компании. Японские компании полагались на сильные резервы капитала для крупных инвестиций за рубежом, кульминацией которых стали такие зарубежные слияния в конце 1980-х годов. Помимо Японии, некоторые компании в Соединенных Штатах и Западной Европе также часто участвуют в международных слияниях.

Это новая форма международной конкуренции для транснациональных компаний, вступающих в международные стратегические альянсы. Как и в случае трансграничных слияний, стратегические альянсы изменили конкурентный ландшафт международного рынка. Сотрудничество между двумя или более предприятиями в такой зарубежной стране может обеспечить преимущества друг друга, дополнить разделение труда и сотрудничество друг друга и разделить выгоды друг друга. Она характеризуется гибкой формой интеграции и широким спектром сотрудничества.

Отраслевое распределение стратегического альянса транснациональных компаний в основном сосредоточено в капиталоемких и наукоемких отраслях. Например, Ford и Ma Zida в автомобильной промышленности, Mercedes-Benz и Mitsubishi в электронной промышленности, IBM, Toshiba и Siemens в разработке 256 мегабит передовых чипов, а также NEC и AT&T, HP и Samsung, список можно продолжить. Эти альянсы превращают конкурентов, которые когда-то были конкурентами, в партнеров по совместному предприятию, разделяющих риски.

Будь то транснациональные слияния или международные стратегические альянсы, это результат стратегической перестройки транснациональных корпораций в новых международных экономических отношениях. По мере того как мировая экономика становится все более коллективизированной, а торговый протекционизм усиливается, международная маркетинговая среда многонациональных компаний становится все более суровой. Если предприятие не будет время от времени корректировать бизнес-стратегию, а будет следовать по старинке, цепляться

за разрыв, ему будет трудно открыть бизнес-ситуацию и даже будет аннексировано конкурентами. После войны многие американские предприятия, из-за удовлетворения монопольного преимущества на внутреннем рынке, не думали об изменениях, разработка новых продуктов игнорировалась, в результате японские компании были захвачены, чтобы сломать монополию, японские продукты наводнили американский рынок. Только в 1990-х годах некоторые американские транснациональные корпорации скорректировали свои стратегии и внесли радикальные изменения, чтобы изменить свое доминирование в конкуренции с японскими компаниями.

Короче говоря, нынешняя стратегия транснациональных корпораций претерпевает огромные изменения. Это изменение, в свою очередь, способствовало непрерывному развитию международных экономических отношений и оказало значительное влияние на развитие мировой экономики.

Литература:

1. Е.Ф. Авдокушин. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2010. - 265 с.
2. Борисов Е.Ф. Экономика предприятия: Учебник и практикум / Е.Ф. Борисов. - М.; Изд-во Юрайт, 2010г. - 210с.
3. Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций: учебник для ВУЗов / В.В. Бочаров. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 347 с.
4. Бердина М.Ю., Даюб А.В., Кузьмова Ю.С. Регулирование внешнеэкономической деятельности: учебно-методическое пособие / М.Ю. Бердина. - СПб: ГОУ ВПО «СПбГУ ИТМО», 2011. - 105 с.