



Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»

КОРПОРАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Монография

Новосибирск
2021

УДК 339.56, 339.94, 339.97

ББК 65.01, 65.5

К688

Рецензенты:

Кириллов В.Н., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры мировой экономики и международных экономических отношений ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»;

Петров А.А., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления и экономики ФГБОУ ВО «Московский государственный юридический университет им. О.Е. Кутафина (МГЮА)».

Авторский коллектив:

Смирнов Евгений Николаевич – доктор экономических наук, профессор, заместитель заведующего кафедрой мировой экономики и международных экономических отношений Государственного университета управления (научная редакция издания; введение, заключение, гл. 1, 2.1, 2.4, 3.2, 3.4, 3.6);

Белоцерковская Вероника Владимировна – экономист по бухгалтерскому учету и анализу хозяйственной деятельности, АО «ЦБИ-Сервис» (гл. 2.6, 3.6);

Доброскок Екатерина Дмитриевна – ассистент отдела импорта, ТД «Арома» (гл. 2.1, 3.1);

Егоренкова Виктория Владимировна – помощник директора редакции, издательство «Эксмо» (гл. 2.4, 3.4);

Корнева Вероника Олеговна – специалист отдела качества, Travela-ta.ru (гл. 2.2, 3.2);

Орлова Наталья Владимировна – Государственный университет управления (гл. 2.3, 3.3);

Чернова Анастасия Алексеевна – ассистент отдела по развитию бизнеса, NXP Semiconductors Moscow (гл. 2.5, 3.5).

К688 «Корпоративные стратегии транснациональных компаний в условиях пандемии»: – колл. авторов / под общ. ред. Е.Н. Смирнова. – Монография; – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК», 2021. – 358 с.

В настоящем издании обобщена теория и практика развития корпоративных стратегий транснациональных компаний в условиях глобального финансово-экономического кризиса, вызванного пандемией нового коронавируса. Нетрадиционные подходы авторского коллектива к анализу международного стратегического менеджмента в условиях нестабильности мировой экономики позволили на примере кейсов конкретных транснациональных компаний обобщить и систематизировать основные проблемы, вызовы и перспективы совершенствования стратегического развития при выходе на международный рынок.

Монография будет полезна для обучающихся и преподавателей вузов, а также всех заинтересованных лиц, занимающихся изучением глобальных кризисов, а также проблем международного стратегического менеджмента.

ББК 65.01, 65.5

ISBN 978-5-6046363-0-5

© ООО «СибАК», 2021 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ:

Введение	5
Глава 1. Теоретические основы формирования корпоративных стратегий транснациональных компаний	9
1.1. Ключевые подходы к международному стратегическому развитию транснациональной компании	9
1.2. Внедрение транснациональной компании на международный рынок: концептуальные аспекты	27
1.3. Теоретические основы конкурентоспособности международной компании	41
1.4. Эволюция подходов по управлению рисками корпоративных стратегий транснациональных компаний ..	54
1.5. Роль международных коммуникаций в системе стратегии транснациональной компании	82
1.6. Стратегии импортозамещения в условиях кризиса	96
Глава 2. Механизмы стратегического развития на мировых рынках (кейсы транснациональных компаний)	117
2.1. Разработка и внедрение стратегии выхода компании на международный рынок	117
2.2. Оценка конкурентных позиций компании транснациональной компании на мировом рынке	138
2.3. Механизмы стратегического развития транснациональной компании в периоды глобальных кризисов	160
2.4. Анализ и оценка отраслевых рисков в международной стратегии компании	181

2.5. Стратегия развития международных коммуникаций компании	205
2.6. Реализация стратегии импортозамещения посредством механизмов стимулирования производства	221
Глава 3. Приоритеты совершенствования стратегий международных компаний на мировом и российском рынке ..	232
3.1. Формирование механизма внедрения компании на российский рынок	232
3.2. Инструменты стратегии повышения конкурентоспособности компании на мировом рынке	244
3.3. Инструменты укрепления стратегических позиций компании на российском рынке	257
3.4. Трансформация системы управления рисками международной компании	269
3.5. Совершенствование международной коммуникационной стратегии	297
3.6. Повышение эффективности производства через механизм импортозамещения	311
Заключение	325
Список литературы	334

ВВЕДЕНИЕ

Традиционно выход на международные рынки для любой компании открывает новые возможности для развития ее коммерческой деятельности, поиска новых поставщиков и партнеров, захвата новых сегментов рынка. До эпохи цифровизации торговли считалось, что только крупные, известные, богатые компании могут освоить новый рынок. В настоящее время глобальные цифровые (ГЦП) платформы позволяют даже самозанятому гражданину или микробизнесу достаточно легко выйти на международный уровень. В частности, российские компании осваивают зарубежные рынки, а иностранные компании внедряют свои товары на рынок России. Глобализация бизнеса, развивающаяся на протяжении десятилетий, и развитие цифровых платформ значительно упростили выход компаний на зарубежные рынки. Нынешний глобальный кризис, связанный с определяющим воздействием пандемии коронавирусной инфекции, позволил определить действительно сильных игроков рынка, которые не только не сдали свои позиции, но и увеличили выручку, развили торговлю в сети Интернет, пересмотрели участие в глобальных цепочках создания стоимости (ГЦСС) и сократили издержки, которые не были замечены в докризисные годы. Растущий тренд на интернационализацию бизнеса традиционно свидетельствовал о высокой актуальности проблем выхода на зарубежные рынки.

Учитывая вышеизложенное, мы отмечаем, что в настоящее время наблюдается процесс усиления экономической интеграции различных стран, что привело к повышению трансграничной торговли товаров, услуг и международных факторов производства. С другой стороны, глобализация обострила конкуренцию и для того, чтобы использовать преимущества новых ресурсов и рынков в условиях жесткой и растущей конкуренции, менеджмент должен быть осведомлен о стратегиях, которые смогут повысить конкурентоспособность компании. Международная конкурентоспособность достигается за счет повышения производительности и эффективности деятельности, повышая социальный уровень компании и увеличивая ее долю на рынке.

Объективным следствием экономической глобализации становится расширение международного производства и капитала, а появление и развитие международных (транснациональных) компаний спровоцировали начало нового этапа экономического развития – транснационализации международного бизнеса. Положительная результативная международная деятельность транснациональных корпораций (ТНК) невозможна без использования эффективных методов международного стратегического развития, а также конкурентоспособных внешнеэкономических стратегий.

В настоящее время проблема выбора стратегии для успешного оперирования на международном рынке превращается в исключительно важную задачу, которую предприятию необходимо решить при решении интегрироваться в иностранный рынок.

Актуальность проблем, исследуемых в монографии, усиливается ввиду того, что ТНК являются важнейшими игроками в международной торговле. Практически треть международного производства приходится на ТНК. Поскольку интеграция компании на международный рынок оказывает положительное влияние как на саму компанию, так и на динамику мирового товарооборота, выявляется необходимость в анализе ключевых стратегических механизмов ТНК, позволяющих им результативно оперировать на международном рынке продажи товаров и услуг. Таким образом, ТНК играют важную роль в международной торговле. ТНК позволяют стране иметь доступ к крупным и растущим рынкам, доступ к природным ресурсам и растущим технологиям/знаниям. Компании стремятся оптимизировать свои производственные процессы, размещая различные этапы производства на разных локальных участках, чтобы сделать производство наиболее выгодным и оптимальным. Привлечение инвестиций от ТНК способствуют росту занятости населения, реализации новых технологий и улучшению региональных особенностей.

Наконец, в последние годы, когда мировое хозяйство оказалось подвергнутым различным аспектам воздействия пандемии коронавируса, удаленный, цифровой формат общения набрал большую популярность. Теперь глобальные цифровые платформы стали общепринятыми в повседневной жизни, поэтому важно научиться использовать все их преимущества в полной мере и применять их вне «цифровой коробки». Для этого многим международным компаниям необходимо тщательно проанализировать свой текущий план стратегического развития, а также коммуникативные стратегии, а также понять, как более динамично и стратегически можно использовать цифровые тактики и стратегии в современных условиях. По всей видимости, в сложившихся условиях идет речь о комплексной трансформации методов стратегического менеджмента и подходов к управлению ТНК в контексте организации их хозяйственной деятельности на зарубежных рынках.

Указанные обстоятельства определяют актуальность проведенного нами исследования.

Объектом исследования являются корпоративные стратегии крупных ТНК в условиях глобальной турбулентности мировой экономики. В монографии эти стратегии рассматриваются на примере кейсов нескольких ТНК из разных отраслей, что в полной мере позволило нам

определить современные приоритеты организации деятельности ТНК на глобальном рынке.

В связи с этим, предметом исследования явились: комплекс факторов, влияющих на деятельность ТНК и позволяющих определить возможности и угрозы для их устойчивого развития на мировом рынке и сформулировать стратегические аспекты повышения их международной конкурентоспособности на основе новых методов стратегического развития.

Цель работы – обобщение и систематизация внешнеэкономических стратегий ТНК на мировом рынке в современных условиях нестабильного развития мирового хозяйства.

Задачи исследования:

- анализ факторов и детерминант, влияющие на международную конкурентоспособность ТНК, барьеров и катализаторов их деятельности на современном мировом рынке;
- выявление механизмов развития современных ТНК и разработка методов, способных укрепить их позиции на российском рынке;
- теоретико-методологическое обоснований стратегий импортозамещения в международной практике и на российском рынке;
- разработка рекомендаций для устойчивого развития некоторых ТНК в России на основе анализа их стратегий внедрения на зарубежные рынки товаров и услуг;
- выявление стратегий, которые потенциально будут способствовать повышению конкурентоспособности ТНК на международных рынках;
- разработка направлений адаптации международных коммуникационных стратегий ТНК к кризисным условиям и трендам развития мировой цифровой экономики.

Теоретико-методологическая основа работы включает обширный корпус трудов зарубежных исследователей и практиков по проблемам развития и совершенствования корпоративных стратегий компаний на международных рынках, в частности: Арнтца М., Банга Р., Виткопа А., Гринспэна Р., Депперу Д., Кадестин К., Кентона В., Костелло К., Лопез-Гонсалес Дж., Лэйкера Б., Петти К., Фарука У., Филиппа Р., Форни А., Фритша Р., Хасковой К., Хуберта Э., Шнайдера Ф. и др. Кроме того, для разработки проблем, исследуемых в монографии, большую роль сыграли исследования отечественных таких отечественных ученых как: Аганин А., Агарков Г.А., Арутюнова Д.В., Астахова Н.И., Бабкин А.В., Баранова А.Ю., Белов П.Г., Ведута Е.Н., Грибанов Ю.И., Гулягина О.С., Драпкин И.М., Кацевман П., Кириллов В.Н., Кузьмина Е.Е., Курбатова Е.В., Лукьянов С.А., Макарова И.К., Михайлин А.Н.,

Мухопад В.И., Пименов Е.А., Поляков В.В., Ружанская Л.С., Серебрякова Д.А., Турчаева И.Н., Черенков В.И., Шимко П.Д. и др.

Информационная база исследования включает преимущественно: а) материалы корпоративной отчетности проанализированных в монографии компаний; б) аналитические отчеты и исследования международных отраслевых ассоциаций производителей, а также материалы международных экономических организаций - Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Международного валютного фонда (МВФ), Всемирной торговой организации (ВТО), Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Международной организации труда (МОТ); в) статьи в ведущих периодических зарубежных и отечественных изданиях; г) нормативно-правовые акты российского законодательства. В качестве методов исследования в нашей работе представлены сравнительный, аналитический, системный методы, метод классификации, обобщения, сравнения.

Новизна исследования заключается в оценке влияния нынешнего коронакризиса на мировые рынки товаров и услуг, а также деятельность ТНК на данных рынках в условиях изменения традиционных моделей потребления, подходов к международному стратегическому менеджменту и оценке экономической и финансовой устойчивости компаний. На основе данных оценок и анализа выявлены ключевые элементы внешнеэкономических стратегий ТНК и новые методы повышения их международной конкурентоспособности в современных условиях международной конкуренции и нового контекста развития международных экономических отношений.

Теоретическая значимость исследования состоит в: а) концептуальном анализе этапов выхода ТНК на российский рынок и влиянии глобальных кризисов на сохранение устойчивого положения ТНК на мировом рынке; б) выявлении приоритетных направлений анализа конкурентных стратегий ТНК в условиях современного кризиса; в) систематизации факторов и стратегий ТНК на зарубежных рынках, положительно воздействующих на динамику международной торговли и развитие глобальной экономики.

Практическая значимость исследования состоит в разработке эффективных рекомендаций по экспансии ТНК на мировые рынки. Анализ, проведенный в работе, будет способствовать усилению и совершенствованию стратегий ТНК с точки зрения освоения ими новых перспективных рынков. Рассмотренные и критически проанализированные методы и методики на примере отдельных ТНК будут важнейшей детерминантой повышения их международной конкурентоспособности.

Монография

**КОРПОРАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ
ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ
КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ
ПАНДЕМИИ**

Подписано в печать 30.06.21. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 22,375. Тираж 550 экз.

Издательство ООО «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, оф. 4.
E-mail: mail@sibac.info

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3.

16+