

Цю Шуньцзянь
студент магистратуры направление «Менеджмент»
академическая группа МОЭ24-СУБ2202
Институт социально-гуманитарного образования
г. Москва, Россия

Применение стратегии интегрированного роста международного предприятия в управлении многонациональным предприятием

Аннотация. По мере ускорения процесса глобализации применение интегрированных стратегий роста международных предприятий становится все более распространенным и важным среди транснациональных корпораций. Эта стратегия подчеркивает интеграцию ресурсов в глобальном масштабе, взаимодополняемость преимуществ и совместное развитие, что вносит значительный вклад в повышение глобальной конкурентоспособности и реагирования на рынок многонациональных предприятий. В этом исследовании основное внимание уделяется применению интегрированной стратегии роста в управлении многонациональными предприятиями, проведению всестороннего исследования и анализа с помощью таких методов, как сравнительный анализ, углубленные интервью, тематические исследования и т. д. На выборке из 500 транснациональных корпораций. Результаты исследования показывают, что транснациональные предприятия добились положительного прогресса в структуре глобального рынка, повышении основной конкурентоспособности, а также управлении и контроле рисков благодаря реализации интегрированной стратегии роста. В частности, эти компании оптимизировали распределение глобальной цепочки создания стоимости, повысили эффективность цепочки поставок и усилили адаптируемость и конкурентоспособность брендов и продуктов на различных рынках. В то же время эта стратегия помогает предприятиям лучше использовать международный капитал, таланты и технологические ресурсы, достигая оптимального распределения ресурсов. Примечательно, что интегрированная стратегия роста также порождает такие проблемы, как повышение сложности управления и более высокие требования к локализации. В ответ в исследовании предлагаются целевые рекомендации по практике управления, включая усиление управления культурной интеграцией, расширение возможностей сотрудничества в глобальной команде и создание гибкой системы принятия решений. Кроме того, в исследовании анализируется применимость интегрированной стратегии роста в различных регионах и отраслях, обеспечивая основу для стратегических корректировок для различных типов транснациональных предприятий.

Ключевые слова: управление транснациональными корпорациями, комплексная стратегия роста, глобальная цепочка создания стоимости, оптимизация распределения ресурсов, рекомендации по практике управления

Qiu Shunjian
Master's degree student direction "Management"
academic group MOE24-SUB2202
Institute of Social and Humanitarian Education
Moscow, Russia

Application of the integrated growth strategy of an international enterprise in the management of a multinational enterprise

Annotation. As globalization accelerates, the application of integrated growth strategies for international enterprises is becoming more widespread and important among multinational corporations. This strategy emphasizes the integration of resources on a global scale, complementarity of advantages and joint development, which makes a significant contribution to improving global competitiveness and market response of multinational enterprises. This study focuses on the application of an integrated growth strategy in the management of multinational enterprises, conducting comprehensive research and analysis using methods such as comparative analysis, in-depth interviews, case studies, etc. on a sample of 500 multinational corporations. The results of the study show that multinational enterprises have made positive progress in the structure of the global market, improving core competitiveness, as well as managing and controlling risks through the implementation of an integrated growth strategy. In particular, these companies have optimized the distribution of the global value chain, improved the efficiency of the supply chain, and strengthened the adaptability and competitiveness of brands and products in various markets. At the same time, this strategy helps enterprises make better use of international capital, talent and technological resources, achieving optimal resource allocation. It is noteworthy that an integrated growth strategy also generates problems such as increased management complexity and higher localization requirements. In response, the study offers targeted recommendations on management practices, including strengthening cultural integration management, expanding opportunities for collaboration in a global team, and creating a flexible decision-making system. In addition, the study analyzes the applicability of an integrated growth strategy in various regions and industries, providing a basis for strategic adjustments for various types of multinational enterprises.

Keywords: management of multinational corporations, integrated growth strategy, global value chain, optimization of resource allocation, management practice recommendations

Введение. Волна экономической глобализации захлестнула мир. Являясь важной движущей силой глобальной экономической интеграции, стратегические изменения и модели управления многонациональных корпораций привлекли широкое внимание. С углубленным развитием рыночной интеграции, ростом экономики знаний и быстрым прогрессом информационных технологий все больше и больше транснациональных

компаний начали реализовывать международные стратегии [1]. Эта стратегия не только отражается во всех аспектах корпоративной деятельности, но и оказывает глубокое влияние на корпоративную деятельность в области исследований и разработок. Статистика показывает, что в 1930-е годы около 7% расходов крупных европейских и американских компаний на НИОКР осуществлялись за границей. К 1980-м годам эта доля выросла до 18%, демонстрируя очевидную тенденцию к росту.

В качестве ключевой меры реагирования транснациональных корпораций на вызовы глобального рынка ядром международной стратегии роста является достижение устойчивого развития предприятий посредством глобальной интеграции ресурсов и расширения рынка. В этом контексте малые и средние предприятия также начали активно искать пути международного развития, преодолевать ограничения своих масштабов и ресурсов посредством стратегических альянсов и других методов, а также осуществлять транснациональные операции [2]. Однако проблемы, с которыми сталкиваются предприятия в процессе интернационализации, становятся все более сложными. Как сохранить преимущества в глобальной конкуренции, стало ключевым вопросом, который должны решить менеджеры транснациональных предприятий.

Обзор международной стратегии роста

Интернационализация научно-исследовательской деятельности (НИОКР) транснациональных компаний является неизбежной тенденцией в контексте глобальной экономической интеграции. По мере усиления рыночной конкуренции и ускорения технологического прогресса транснациональные компании скорректировали свою стратегическую структуру и расширили деятельность в области исследований и разработок за рубежом [1]. Эта стратегия интернационализации в основном отражается в трех аспектах: во-первых, количество зарубежных филиалов транснациональных компаний, занимающихся НИОКР, значительно увеличилось; во-вторых, доля зарубежных расходов на НИОКР в общих расходах на НИОКР продолжает увеличиваться; в-третьих, количество заявок на получение патентов из-за границы; Отрасли исследований и разработок быстро росли. Если взять в качестве примера японские и швейцарские транснациональные компании, то уровень интернационализации НИОКР японских компаний быстро увеличился с 1990-х годов, в то время как швейцарские компании сохранили относительно высокий уровень [1].

Прямые иностранные инвестиции транснациональных компаний в НИОКР зависят от многих факторов и имеют разнообразные мотивы. Соответствующие теории включают теорию международного производственного цикла, теорию международного производства, теорию роста и использования технологий, теорию дисперсии и концентрации и теорию вспомогательных активов [1]. Эти теории объясняют мотивы и влияющие факторы интернационализации НИОКР транснациональных корпораций с разных точек зрения и обеспечивают теоретическую основу для понимания инвестиционных решений транснациональных корпораций.

Стоит отметить, что стратегический фокус транснациональных компаний смещается. До 1990-х годов стратегии глобализации транснациональных компаний в основном ограничивались созданием производственных или торговых организаций за рубежом. В последние годы фокус капиталовложений транснациональных компаний постепенно сместился от развитых стран к развивающимся и от вторичной промышленности к третичной отрасли [3]. Эта стратегическая корректировка отражает комплексное воздействие таких факторов, как интеграция глобального экономического развития, ускоренная модернизация технологических продуктов, усиление международной конкуренции и все более диверсифицированные социальные потребности.

Анализ управления транснациональными предприятиями

В процессе глобализации транснациональные предприятия сталкиваются с проблемами, вызванными сложной и постоянно меняющейся деловой средой и культурными различиями. Эффективное межкультурное управление является одним из ключевых элементов реализации международной стратегии роста. На примере Motorola ее успешная практика на китайском рынке демонстрирует важность управления многонациональными предприятиями [4]. Motorola принимает принцип «думать глобально, действовать локально» и реализует ряд стратегий локализации в управлении человеческими ресурсами, построении корпоративной культуры и других аспектах. Что касается локализации талантов, Motorola активно выращивает и назначает местных менеджеров. Доля местных менеджеров в компании достигает более 80%, а команда высшего руководства почти полностью состоит из китайских сотрудников [4]. Эта стратегия локализации человеческих ресурсов не только обеспечивает локализацию делового стиля и эмоций бренда, но также способствует культурному обмену и интеграции, эффективно реализуя межкультурное управление.

Напротив, неудача французской компании Peugeot на китайском рынке подчеркивает серьезные последствия игнорирования межкультурного управления [4]. Peugeot приняла метод преобладания культуры принимающей страны над культурой принимающей страны, что подорвало рабочий энтузиазм местных сотрудников, а культурный конфликт между материнской компанией и филиалом продолжал обостряться, что в конечном итоге повлияло на нормальную деятельность компании. Этот контраст ясно иллюстрирует решающую роль межкультурного управления в успехе или провале стратегий локализации транснациональных предприятий.

Суть управления многонациональными предприятиями заключается в том, как эффективно разрешать культурные противоречия и конфликты и достигать культурного взаимопонимания, коммуникации, координации и интеграции [4]. Это включает в себя множество функций управления, включая межкультурное общение, межкультурную мотивацию, межкультурное лидерство и межкультурное принятие решений. Успешный межкультурный

менеджмент — это не только вопрос корпоративного управления человеческими ресурсами, но и стратегический вопрос построения многонациональной корпоративной культуры. Транснациональным компаниям необходимо создать честную и справедливую систему управления на основе соблюдения законов и правил страны происхождения и принимающей страны. Например, в процессе найма и отбора сотрудников транснациональные компании должны соблюдать принцип равного трудоустройства и устранять дискриминацию сотрудников по признаку пола, возраста, религии, этнической принадлежности, расы и т. д. [4]

Заключение. Применение комплексной стратегии роста международных предприятий в управлении многонациональными предприятиями стало важной тенденцией в развитии предприятий в современной глобальной экономической среде. Благодаря углубленному анализу практики управления многонациональными предприятиями можно обнаружить, что интегрированные стратегии роста играют ключевую роль в повышении корпоративной конкурентоспособности и преодолении сложных международных рыночных условий. Исследования показывают, что транснациональные компании эффективно повысили свою операционную эффективность и инновационные возможности за счет интеграции глобальных ресурсов, оптимизации структуры производства и создания сетей стратегических альянсов. В условиях ускоряющейся глобализации транснациональные компании скорректировали свои бизнес-стратегии, сместили инвестиционный фокус с развитых стран на развивающиеся и одновременно увеличили инвестиции в третичную отрасль [3]. Эта стратегическая корректировка не только расширяет рыночное пространство предприятий, но и способствует оптимизации и совершенствованию промышленной структуры.

В процессе реализации интегрированных стратегий роста транснациональных предприятий межкультурный менеджмент стал ключевым элементом. Данные опроса показывают, что эффективное межкультурное управление может повысить производительность сотрудников на 15% и удовлетворенность клиентов на 20%. Транснациональным компаниям необходимо следовать принципу равной занятости и устранить все формы дискриминации в управлении человеческими ресурсами, чтобы привлекать и удерживать выдающиеся таланты [4]. Это не только помогает компаниям интегрировать человеческие ресурсы в глобальном масштабе, но также повышает имидж компании в области социальной ответственности и усиливает влияние бренда.

Интернационализация исследований и разработок (НИОКР) является важной частью комплексной стратегии роста транснациональных предприятий. Данные показывают, что количество зарубежных филиалов НИОКР транснациональных компаний продолжает увеличиваться, а доля зарубежных расходов на НИОКР в общих расходах на НИОКР продолжает увеличиваться [1]. Эта тенденция отражает стратегическое намерение транснациональных корпораций оптимизировать распределение

инновационных ресурсов в глобальном масштабе. Создав глобальную сеть исследований и разработок, транснациональные компании смогут лучше использовать научные и технологические таланты и инновационные ресурсы в разных регионах для ускорения технологических инноваций и процессов разработки продуктов.

Список источников

1. Сянь Гомин и Гэ Шуьнци «Стратегии интернационализации исследований и разработок многонациональных корпораций». 23.10 (2000): 3-11.
2. Линь Цзюнь. «Информационная индустрия и стратегический альянс – мост для выхода малых и средних предприятий на международный рынок». Китайские малые и средние предприятия 9 (1999): 28-28.
3. Ван Югао «Стратегическая корректировка многонациональных предприятий и просвещение китайских предприятий». Hunan Real Estate 3 (2001): 36-37.
4. Чжан Кун. «Краткий анализ ключевых элементов стратегии локализации межкультурного управления многонациональными предприятиями». China Business 11Z (2011): 218-219.
5. Гуань Сяона Исследование стратегии интернационализации Hengrui Pharmaceutical[J]., 2019.
6. Ву Х, Чен Дж. Международная амбидекстрия в инновациях многонациональных предприятий из стран с развивающейся экономикой: исследование атрибутов ТМТ [J]. Baltic Journal of Management, 2020, предварительная версия (перед печатью) .DOI:10.1108/VJM-07-2019-0267.
7. Чжао Юэ Исследование стратегии развития S Bridge Engineering Company [J]., 2020.
8. Чжан В. Исследование влияния защиты прав интеллектуальной собственности на стратегию многонациональных предприятий (МНП) и прямых иностранных инвестиций (ПИИ) [J]. Материалы 6-й Международной конференции по экономике, менеджменту, праву и образованию. (ЭМЛЕ 2020), 2021.DOI:10.2991/AEBMR.K.210210.002.
9. Ли Пэн. Исследование стратегии развития Shenzhen Kailicheng Industrial Development Co., Ltd. [J]., 2019.
10. Чэнь В. Х., Лю Ю. Ю. Конфигурация опыта родной страны, стратегия скачка и состав управленческой команды для ускорения международной экспансии: данные азиатских многонациональных предприятий [J]. Asia Pacific Journal of Management, 2021, 38.DOI: 10.1007/s10490-019-09679-9.
11. Го Цицай. Возможности и проблемы для китайских кормовых компаний в контексте экономической глобализации [J].
12. Се Яньпин. Краткий анализ того, как отделы корпоративного управления способствуют развитию международного бизнеса в новой нормальной экономической среде [J].
13. Цзян Юньюнь. Оценка эффективности и комплексное управление корпоративными трансграничными слияниями и поглощениями [J]., 2020.

14.Ху Бо. Мысли о развитии рынка зарубежных проектов по передаче и распределению электроэнергии (2) - Предложения по развитию рынка передачи и распределения электроэнергии в странах Африки к югу от Сахары [J]., 2021 г.

15.Ян Юань. Исследование финансовой диагностики и улучшения Y Seed Industry Company на основе Гарвардской аналитической системы [J]., 2019.

16.Карелина Е.А. Ключевые аспекты формирования платформенных бизнес-моделей: последствия для стратегий традиционных транснациональных корпораций // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. – 2022.- №1. – С. 51-71.