

Ван Цзинжань

ЭКСПОРТ СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ В СТРАНЫ СНГ

Сотрудничество в сфере строительства является одной из важнейших составляющих в экономических взаимоотношениях между Китаем и странами СНГ. В деятельности китайских строительных предприятий в странах СНГ главное место занимает подряд строительства объектов инфраструктуры, которые включают в себя в основном железные дороги, шоссейные дороги, мосты, туннели и проекты по водному хозяйству, а также торгово-развлекательные центры и гостиницы, жилье.

Наиболее крупным рынком экспорта строительных услуг Китая является Россия (800,3 млн долл. в 2017 г.). В Казахстан в 2017 г. экспортировано строительных услуг на сумму 529,9 млн долл., в Беларусь – 442,3 млн долл., в Украину – 224,3 млн долл., в Узбекистан – 315,7 млн долл. При этом доля Казахстана в последние годы снижается, тогда как доли России, Таджикистана, Беларуси и Украины увеличиваются.

Согласно оценке международной конкурентоспособности китайские компании на рынках стран СНГ имеют конкретные преимущества. Помимо относительно низких затрат на рабочую силу, есть значительный разрыв между компаниями Китая и их основными конкурентами в масштабах бизнеса, доле и положении на международном рынке, технических возможностях, возможностях научных исследований и разработок, в человеческих ресурсах и эффективности труда, в организационной структуре и механизмах управления. Вместе с тем существуют угрозы положению этих компаний на рынках стран СНГ, важнейшими из них являются: усиление конкуренции и появление новых крупных холдинговых структур, приход на рынок крупных иностранных строительных холдингов, колебания курса доллара и евро.

Ключевыми направлениями развития экспорта строительных услуг китайских компаний в страны СНГ являются: подписание партнерских соглашений с крупными производственными ТНК; заключение партнерских соглашений с инженерно-консультационными компаниями, а также принятие ряда инициатив по разработке «безвозмездных» технико-экономических обоснований строительства; привлечение местных агентских фирм при участии в международных торгах; открытие филиалов. При этом китайским компаниям необходимо принять меры по внедрению новых технологий и совершенствованию экономического механизма, повышению эффективности труда путем разработки и внедрения систем стратегического планирования, маркетинга и финансового менеджмента.

Ван Яцин

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОРПОРАЦИИ ALIBABA GROUP

Стратегические действия Alibaba направлены на поддержание внутреннего китайского рынка, а также на расширение своего бизнеса в развивающихся странах, таких как Индия, которая является второй страной с быстро

развивающейся экономикой после Китая. Кроме того, Alibaba совершенствует свои технологии и разработки R&D для развития интернет-инфраструктуры, чтобы обеспечить максимальную скорость и точность онлайн-маркетинга. Между тем корпорация пытается инвестировать в создание новых сервисов для смартфонов. Существует большой потенциал интеграции других сервисов в We Chat, потому что многие используют его для общения с друзьями и семьей в Китае. Маркетинговые стратегии Alibaba в области электронной торговли сделали ее настолько успешной за короткий период, что в настоящее время нет другой компании, которая могла бы обогнать их.

Как одна из китайских сервисных платформ для электронной торговли в Китае Alibaba установила прочную связь между MSE in China и зарубежными покупателями на безграничном рынке, предоставляя высококачественные услуги по разумной цене с различными бизнес-маркерами и рекламными акциями. Alibaba привлекает широкий круг потребителей благодаря высокой численности населения в Китае. Интернет-бизнес привычен для всех с тех пор, как много лет назад Джек Ма создал чудо, которое обеспечивает Китаю огромное влияние до настоящего времени, ставшее в XXI веке крупнейшей платформой для электронной торговли в мире. В Китае наблюдаются некоторые улучшения на электронном рынке в области защиты прав интеллектуальной собственности. Alibaba представляется успешной компанией, но есть трудности, которые она пережила, например, культурные особенности. Когда Джек Ма начал нанимать иностранцев в компанию для управления бизнесом, оказалось, что работа в традициях западной культуры, основанных на очень подробном и критическом анализе, не подходит для китайского рынка. Без сомнения, Alibaba является ведущей международной компанией China Internet и при этом интенсивно расширяется в глобальном масштабе, хотя основной доход по-прежнему поступает от потребителей в Китае.

С. Гасанова

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОРПОРАЦИИ В ОТРАСЛЯХ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях все большей глобализации и постиндустриализации невозможно представить государство, не имеющее экономических связей с иностранными партнерами в промышленной сфере. Одним из главных двигателей глобализации являются транснациональные корпорации (ТНК), владеющие производственными подразделениями в нескольких странах. В настоящее время ТНК производят около $\frac{1}{4}$ всего мирового ВВП.

Республика Беларусь является открытой экономикой, что обусловлено, прежде всего, выгодным для многовекторного сотрудничества местоположением. Также в силу дефицита собственных природных ресурсов стране необходимо компенсировать этот недостаток путем производства различных товаров и налаживания рынков сбыта. Беларусь готова сотрудничать в сфере промышленности, что подтверждает смягчение инвестиционного климата в последние годы.