

аудиторией продукта/услуги, какой уникальный контент нужно придумать, чтобы он был одновременно интересным и помогал продвижению бренда, преимущества которого следует точно знать.

При правильном использовании социальных сетей и при существовании четких ответов на все вопросы у компаний будет больше шансов на достижение высокого спроса на свои товары и услуги.

Можно сделать вывод, что маркетинг в социальных сетях – это один из самых перспективных инструментов интернет-маркетинга.

Ян Цзиньхань

КНР НА МИРОВОМ РЫНКЕ ВЕНЧУРНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Одной из наиболее значимых сфер развития в КНР является наука и инновации, на развитие которых до 2021 года выделен бюджет, эквивалентный 1,58 трлн долларов. Уже сегодня Китай признается единственной страной, которая может составить конкуренцию США на мировом рынке венчурных инвестиций, по объему сделок выросшего с 45,3 млрд долл. в 2012 г. до 201 млрд долл. в 2018 году.

Во втором квартале 2018 г. Поднебесной удалось впервые обогнать США по объему венчурного капитала, когда одной только компании Ant Financial Services Group (развитие финансов и технологий) удалось произвести рекордный сбор средств в размере 14 млрд долларов. Если США и Канада формируют 35 % мировых венчурных инвестиций, то китайским стартапам удалось привлечь 47 %. При этом в США на развитие стартапов уходит 5–8 лет, а китайским компаниям удается развивать их за 3–5 лет. Время запуска нового проекта от идеи до производства в Шеньчжэне составляет всего три-шесть месяцев.

Отличительной чертой китайского венчурного рынка является его структура. В отличие от других стран здесь ключевую роль играют не фонды как таковые, а крупнейшие технологические компании, такие как Tencent, Alibaba и Baidu, занявшие первое, четвертое и восьмое места в списке самых активных инвесторов на рынке. В то время как топ-5 крупнейших американских технологических корпораций направляют почти всю прибыль на выплату дивидендов (за 2015–2017 гг. объем выплат достиг 228 млрд долл.), то топ-5 китайских вкладывают в развитие, выплатив акционерам за тот же период только 10,7 млрд долл., то есть более, чем в 20 раз меньше.

Практически каждые 4 дня в Поднебесной появляется стартап с капитализацией от 1 млрд долл., или так называемый «единорог». За 2018 г. число китайских «единорогов» достигло 186, их суммарная капитализация составила более 736 млрд долларов.

Области, в которых чаще всего появлялись китайские венчурные «единороги» в 2018 г., – онлайн-сервисы (45 компаний), электронная торговля (20 компаний), интернет-финансы (19 компаний).

Китайский бизнес нацелен на поиск перспективных инвестиционных проектов и стартапов в Европе и России с целью дальнейшего развития в КНР. В основном речь идет о таких направлениях, как Big Data, информационные технологии в финансовом секторе, облачные технологии, биотехнологии, биомедицина, чистые источники энергии, новые материалы, умное производство, включая робототехнику и передачу данных. Согласно плану, обнародованному китайским правительством в 2017 г., целью КНР является достижение к 2030 г. статуса мирового лидера в сфере искусственного интеллекта с объемом отрасли, превышающим 1 трлн юаней.

Т. Яшкова

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ СЕТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Развитие туризма является одним из важнейших направлений экономического благосостояния страны, благодаря которому появляются новые отрасли, обслуживающие эту сферу.

Предпринимательские сети в сфере туризма – это организации, объединившиеся для достижения общих целей с эффективным использованием ресурсов. Предприятия, входящие в сеть, независимы друг от друга и работа осуществляется на основе договоренностей между агентами. Эксперты полагают, что создание и управление такими глобальными объединениями – это трудоемкий процесс, требующий много времени и ресурсов. Именно поэтому многие компании за рубежом обращаются к другой форме организации международного сотрудничества – стратегическим союзам.

Также одна из проблем – это снижение транзакционных издержек. Их можно избежать или свести к нулю, если участвующие в обмене стороны соглашаются нести ответственность за ущерб от негативных внешних воздействий.

При изучении этой темы прежде всего надо разобраться с формированием сбытовой сети в индустрии туризма. Крупные турфирмы открывают собственные представительства, агентства в разных городах страны, а также за рубежом. В качестве примера, можно привести такие организации, как Международный туристический альянс (АИТ), Ассоциация туристических агентств, Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне». Целью организаций является развитие всех видов международного туризма и автотуризма. Нередко компании заключают франчайзинговые соглашения с другими турагентствами. Существует разветвленная