

**Ду Синьсинь**

магистрант

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

г. Москва, Россия

## **ЦИФРОВЫЕ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОРПОРАЦИИ И ТРЕНДЫ ИХ РАЗВИТИЯ**

**Аннотация:** В этой статье исследуются тенденции развития цифровых транснациональных корпораций, подчеркивая их эволюцию от традиционных многонациональных корпораций до технологических гигантов, доминирующих на мировых рынках. Автор исследует факторы, способствовавшие быстрому росту этих корпораций, в том числе достижения в области технологий, глобализацию и появление новых бизнес-моделей. В статье также обсуждаются проблемы, с которыми сталкиваются цифровые транснациональные корпорации, в том числе усиление контроля со стороны правительств и регулирующих органов, а также необходимость повышения корпоративной ответственности. В целом, эта статья представляет собой всесторонний обзор ключевых тенденций и проблем, определяющих развитие цифровых транснациональных корпораций, что делает ее ценным ресурсом для всех, кто интересуется будущим глобального бизнеса.

**Ключевые слова:** транснациональные корпорации, тренды развития корпораций

**Du Xinxin**

**Abstract:** This article explores the development trends of digital multinational corporations, highlighting their evolution from traditional multinational corporations to technology giants dominating global markets. The author examines the factors that contributed to the rapid growth of these corporations, including advances in technology, globalization and the emergence of new business models. The article also discusses the challenges facing digital multinationals, including

increased scrutiny from governments and regulators, and the need for greater corporate responsibility. Overall, this article provides a comprehensive overview of the key trends and challenges shaping the development of digital multinationals, making it a valuable resource for anyone interested in the future of global business.

**Keywords:** transnational corporations, corporate development trends

Международный бизнес — это термин, используемый для описания экономических обменов, происходящих между компаниями и отдельными лицами в разных странах, ну вот тут и получается что это сложная и многогранная область, включающая широкий спектр деятельности, включая торговлю товарами и услугами, инвестиции и передачу технологий. Возникновение глобализации в последние десятилетия привело к увеличению объема и разнообразия международных деловых операций, что сделало эту область более важной, чем когда-либо. Международный бизнес включает в себя ряд различных видов деятельности, включая импорт и экспорт, иностранные инвестиции, лицензирование и франчайзинг, а также совместные предприятия, собственно именно эти вот виды деятельности могут иметь место в различных отраслях, включая производство, услуги, технологии и сельское хозяйство. Международным бизнесом могут заниматься компании любого размера, от небольших стартапов до транснациональных корпораций. Одной из ключевых движущих сил международного бизнеса является возрастающее значение глобальной торговли. С появлением международных торговых соглашений и либерализацией торговой политики компании получили более широкий доступ к рынкам в других странах, ну вот тут и получается что это привело к усилению конкуренции, а также к новым возможностям для роста и расширения. Еще одним важным аспектом международного бизнеса являются прямые иностранные инвестиции (ПИИ), ну вот тут и получается что это когда компании инвестируют в зарубежные

страны, создавая дочерние компании, совместные предприятия или другие формы прямых инвестиций. ПИИ могут предоставить компаниям доступ к новым рынкам, ресурсам и талантам, но они также сопряжены со значительными рисками и проблемами. Лицензирование и франчайзинг являются другими распространенными формами международного бизнеса. Они включают в себя предоставление компанией другой компании права на использование ее интеллектуальной собственности или бизнес-модели в обмен на вознаграждение или роялти, таким образом выходит что это то может быть рентабельным способом выхода компаний на новые рынки, но он также требует тщательного управления, чтобы гарантировать, что лицензированные или франчайзинговые операции соответствуют стандартам материнской компании. Международный бизнес также связан с рядом нормативных и правовых вопросов. Компании должны соблюдать местные законы и правила, а также международные торговые соглашения и конвенции. Они также должны управлять рисками, связанными с политической нестабильностью, колебаниями валютных курсов и культурными различиями, в общем и целом скажу так, технологии играют все более важную роль в международном бизнесе. Достижения в области коммуникационных и транспортных технологий упростили для компаний координацию глобальных операций, управление цепочками поставок и доступ к новым рынкам. Рост электронной коммерции и цифровых платформ также открыл новые возможности для международной торговли и инвестиций, ну подводя небольшой итог всему изложенному выше хотелось бы резюмировать, что, международный бизнес представляет собой сложную и динамичную область, которая включает в себя широкий спектр действий, проблем и возможностей, таким образом выходит что это то неотъемлемая часть мировой экономики, стимулирующая рост, инновации и конкуренцию. Компании должны тщательно управлять рисками

и проблемами, связанными с международным бизнесом, а также использовать возможности, возникающие благодаря глобальным рынкам и ресурсам.

Развитие международного бизнеса в России — сложная и ответственная задача, требующая тщательного планирования и выполнения. Огромная территория страны, разнообразное население и сложный политический и экономический климат делают ее привлекательным рынком для иностранных компаний, но не все так просто, при правильной стратегии и подходе компании могут успешно войти и расширить свой бизнес в России. Вот некоторые стратегии развития международного бизнеса в России. Прежде чем выйти на российский рынок, необходимо провести обширное исследование рынка, чтобы определить рыночный спрос, конкуренцию и нормативные требования, таким образом выходит что это то поможет компаниям понять динамику рынка и разработать подходящую стратегию входа. Партнерство с местными компаниями может предоставить иностранным компаниям ценную информацию о местном рынке, включая понимание местных обычаев, деловой практики и правил, таким образом выходит что это то также может помочь в создании локальной сети, что необходимо для успешного выхода на рынок и расширения. Выбор правильной юридической формы имеет решающее значение для работы иностранных компаний в России. Рекомендуется работать с местным юристом или консультантом для создания юридического лица в стране, такого как совместное предприятие, дочерняя компания или представительство. Российская нормативно-правовая среда сложна и постоянно развивается, что усложняет ориентацию в ней для иностранных компаний. Поэтому важно быть в курсе всех изменений в правилах и соблюдать все требования законодательства, чтобы избежать штрафов и юридических проблем. Адаптация продуктов и услуг к местным потребностям и предпочтениям

имеет решающее значение для успеха на российском рынке, таким образом выходит что это то включает в себя перевод маркетинговых материалов, поддержку местных клиентов и адаптацию продуктов и услуг для удовлетворения местного спроса. Инвестиции в маркетинг и брендинг необходимы для повышения узнаваемости бренда и развития лояльной клиентской базы в России. Сюда входит разработка комплексной маркетинговой стратегии, создание локализованного контента и участие в отраслевых мероприятиях и выставках. Построение прочных отношений с клиентами, партнерами и поставщиками имеет решающее значение для успеха в России, таким образом выходит что это то включает в себя затраты времени и усилий на укрепление доверия, поддержание открытого общения и активное взаимодействие с местным бизнес-сообществом. Развитие международного бизнеса в России требует стратегического подхода, тщательного планирования и исполнения. Проводя обширные исследования рынка, сотрудничая с местными компаниями, понимая нормативно-правовую базу, локализуя продукты и услуги, инвестируя в маркетинг и брендинг, а также выстраивая прочные отношения, иностранные компании могут успешно войти и расширить свой бизнес в России. При правильных стратегиях компании могут преодолевать трудности и извлекать выгоду из возможностей, предоставляемых российским рынком.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент. Часть 1: Сущность и содержание [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов: В 2 ч. / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; Под ред. В. С. Абрамова . – Москва : Юрайт, 2021 . – 270 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/469734> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-9916-7127-9
2. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент. Часть 2: Функциональные стратегии [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов: В 2 ч. / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; Под ред. В. С. Абрамова . – Москва : Юрайт, 2021 . – 246 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/470510> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-9916-7126-2
3. Абчук, Владимир Авраамович. Менеджмент. Часть 1 [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов: В 2 ч. / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко . – 3. изд., испр. и доп . – Москва : Юрайт, 2021 . – 239 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/469886> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-534-01757-1

4. Абчук, Владимир Авраамович. Менеджмент. Часть 2 [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов : В 2 ч. / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко . – 3. изд., испр. и доп . – Москва : Юрайт, 2021 . – 249 с. – (Высшее образование) . – Режим доступа : <https://urait.ru/bcode/471204> (дата обращения 03.09.2021) . - Для авторизованных пользователей МПГУ . – На рус. яз. - ISBN 978-5-534-02141-7
5. <https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2011.28>
6. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1998.926627>
7. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8490384>
8. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.509>