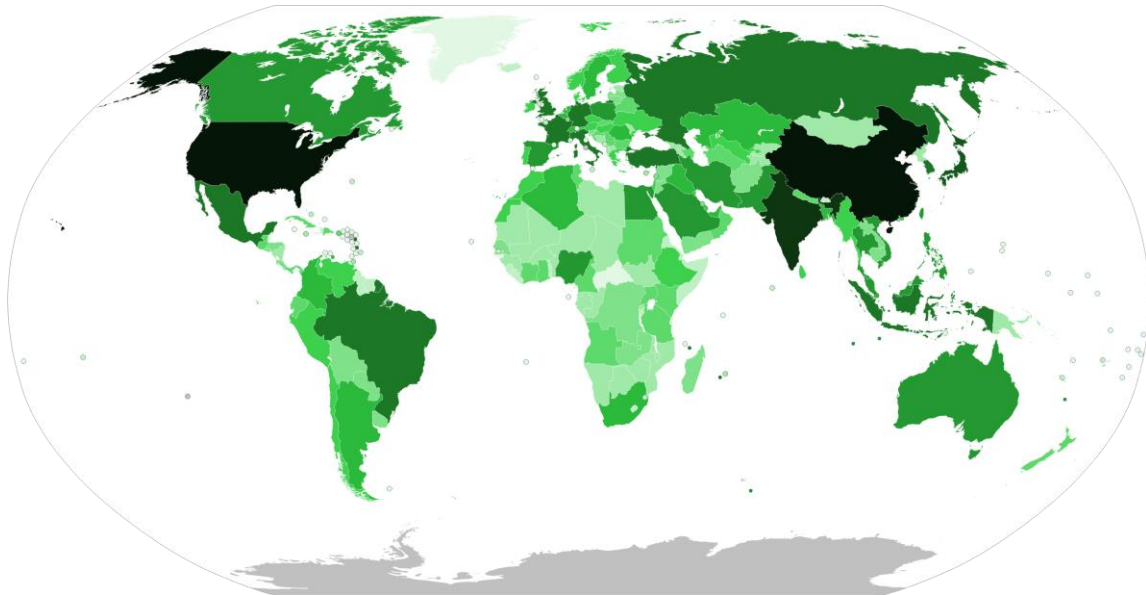


**ТЕМА 3. ДВИЖУЩИЕСЯ СИЛЫ,
ПРИЗНАКИ И ФОРМЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.
ФАКТОРЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

ПЛАН:

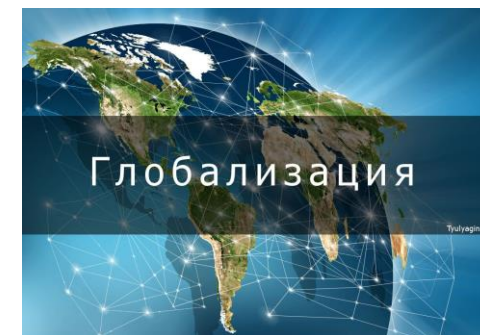
1. Основные механизмы глобализации мировой экономики
2. Глобальная конкуренция
3. Факторы развития глобализационных процессов в мировой экономике
4. Глобальные стратегии функционирования транснациональной корпорации



*Доцент кафедры экономики НИУ ТИИИИМСХ
Саидова Мадина Хамидовна*

1. Основные механизмы глобализации мировой экономики

Движущая сила глобализации — развитие научно-технического прогресса, прогресс технологических инноваций, что наиболее зримо проявляется в модификации транспорта и связи, сектора информации и телекоммуникаций, создает невиданные ранее возможности для быстрого и малозатратного трансграничного перемещения товаров, услуг, финансовых средств, идей и информационных продуктов.



Появление новых информационных и коммуникационных технологий проявилось в развитии быстродействующей компьютерной техники, оптоволоконных технологий передачи сигналов, спутниковой и мобильной телефонной связи, кибернетики, сетевых технологий, цифровых технологий кодирования, новых поколений телевизионных технологий, компактных электронных устройств, создании глобальной сети Интернет и появлении других технических достижений.

Принципиально новые возможности, открытые благодаря новациям в сфере информационных и коммуникационных технологий, позволяют говорить о настоящей информационно-инновационной, основанной на знаниях (*knowledge-based*) революции, стимулирующей развитие процессов глобализации.

Американский исследователь международных экономических отношений Дж. Гаррет выделяет *три основных механизма глобализации мировой экономики*, к которым он относит:

- 1) *растущую конкуренцию в мировой торговле;*
- 2) *становление многонационального характера производства вследствие стремления производителей увеличить собственную прибыль за счет перемещения производственных мощностей в другие страны;*
- 3) *международную интеграцию финансовых рынков.*



Еще одна движущая сила, оказывающая неоднозначное воздействие как на сами процессы глобализации, так и на их последствия для участников данных процессов, — это *либерализация хозяйственной жизни*, дерегулирование рынков товаров, услуг и капитала. В данной связи невозможно отрицать, что снятие различных административных барьеров и ограничений усиливает и подкрепляет тенденцию углубляющейся интернационализации хозяйственной жизни.

Необходимо пояснить, в чем заключается неоднозначность воздействия тенденции либерализации (дерегулирования) хозяйственной жизни на содержание и последствия процессов глобализации. Экономическая либерализация стала основным лозунгом одной из современных идеологических платформ экономической политики — *неолиберализма*.

Неолиберализм являлся доминирующей экономической идеологией в основных развитых странах в 1980—1990-е гг. XX века — в тот период, когда стали наиболее отчетливы объективные по своей природе процессы глобализации, усиления взаимосвязанности и целостности мира.

На базе неолиберальной экономической идеологии в 1980-е гг. под влиянием правительств США и других развитых стран экспертами МВФ и Всемирного банка сформулирован так называемый *вашингтонский консенсус* как набор принципов хозяйствования, рекомендованных для внедрения развивающимся странам, а позднее странам с переходной экономикой.

«*Вашингтонский консенсус*» ориентировал страны — реципиенты помощи международных организаций на дальнейшую либерализацию банковской сферы, внешней торговли, режима привлечения иностранных инвестиций, сокращение налогообложения и бюджетных расходов, масштабную приватизацию государственной собственности, подавление инфляции и финансовую стабилизацию.



Неолиберализм — это модель политики, охватывающая как политику, так и экономику, и направленная на передачу контроля над экономическими факторами от государственного сектора частному сектору. Многие политики неолиберализма усиливают работу свободного рыночного капитализма и пытаются установить ограничения на государственные расходы, государственное регулирование и государственную собственность.

Неолиберализм часто ассоциируется с лидерством **Маргарет Тэтчер** — премьер-министра Великобритании с 1979 по 1990 год и лидера Консервативной партии с 1975 по 1990 год — **Рональда Рейгана**, 40-го президента США (с 1981 по 1989 год). В последнее время неолиберализм ассоциировался с политикой жесткой экономии и попытками сократить государственные расходы на социальные программы.

Неолиберализм связан с экономикой невмешательства, школой мысли, которая предписывает **минимальное вмешательство государства** в экономические вопросы отдельных лиц и общества. Экономическая теория невмешательства предполагает, что продолжающийся экономический рост приведет к технологическим инновациям, расширению свободного рынка и ограниченному вмешательству государства.

Критика неолиберализма

Одна из распространенных критических замечаний в адрес неолиберализма заключается в том, что отстаивание подхода свободного рынка в таких областях, как здравоохранение и образование, является ошибочным, поскольку эти услуги являются общественными.

Принятие неолиберальной политики в западном мире сопровождалось ростом неравенства как в богатстве, так и в доходах. В то время как квалифицированные рабочие могут иметь возможность получать более высокую заработную плату, низкоквалифицированные рабочие с большей вероятностью столкнутся с стагнацией заработной платы.

Политика, связанная с неолиберализмом, имеет тенденцию поощрять присутствие монополий, которые увеличивают прибыль корпораций за счет любых выгод для потребителей.

Кроме того, противники неолиберализма добавляют, что он антидемократичен, может вести к эксплуатации и социальной несправедливости и может криминализировать бедность.

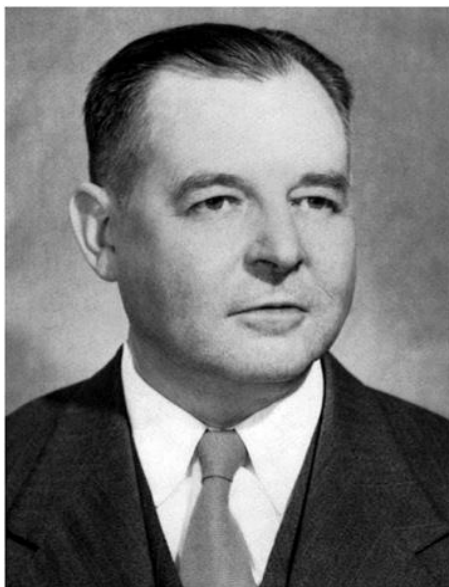


2. Глобальная конкуренция

Новые явления в мировой экономике, которые получили название «глобализация» естественным образом привели и к появлению новых терминов. К ним, в частности, относится и понятие *«глобальная конкуренция»* (*пространственная конкуренция*)

Появление в конце 20-х годов XX века теории монополистической конкуренции, в которой присутствует понятие пространственной дифференциации, дало толчок к появлению исследований пространственного аспекта конкуренции. Практическая проблема реализации товаров на рынках стимулировала рост этих теоретических исследований.

Общеизвестно, что модель пространственной конкуренции рассматривает эффект, который оказывает пространство на ценообразование и общее равновесие, когда фирмы рассредоточены и цены транспортировки играют существенную роль в конечной цене.



Harold Hotelling

Обращаем внимание на то, что *существует американская и европейская традиции* изучения пространственной экономики вообще и пространственной конкуренции в частности.

К европейской традиции относятся исследования прежде всего немецких ученых, заложивших основы теории. Первым ввел в экономику термин «пространственная конкуренция» Г. Хотеллинг в 1929 году. Он пришел к выводу, что при монополистической конкуренции фирма, находящаяся в положении квазимонополиста, создает свое рыночное пространство. Следствием этой посылки явилось появление термина «пространственная конкуренция», под которой подразумевают возможное поведение субъекта на возможном пространстве рынка и влияние пространства (то есть расстояния) на цену.

Американская традиция своими истоками имеет работы Дж. Кларка и Ф. Феттера (1924). Современные исследования представлены работами М. Портера, П. Кругмана, Дж. Стиглера. Под пространственной конкуренцией мы полагаем конкуренцию производителей (продавцов товаров) за долю пространства рынка в условиях несовершенной конкуренции путем влияния на цену. Субъектами пространственной конкуренции являются, как правило, крупные предприятия, разделенные в пространстве (то есть находящиеся на разных территориальных рынках). Объектом пространственной конкуренции выступает доля рынка, протяженная в пространстве.

До появления термина «глобальная конкуренция» широко использовалось понятие *«территориальная конкуренция»*, сущность которой состояла в том, что конкурировали две или более территории при осуществлении внешней торговли или шла борьба за новые рынки, за обладание ресурсами.

Однако чтобы понять особенность глобальной конкуренции, необходимо четко представлять основные характеристики процесса глобализации, поскольку в дефиниции «глобальная конкуренция» определяющим является термин «глобальная». При этом подчеркнем, что и конкуренцию надо рассматривать как процесс. Конкуренция, понимаемая как процесс, присутствует до тех пор, пока не возникает произвольных препятствий для входа на рынок.

М. Портер, описывая секреты успеха глобальных компаний, подчеркивает, что если международная компания желает добиться серьезного успеха, ей придется превратиться из мультилокального конкурента (который дает возможность отдельным филиалам независимо конкурировать на различных местных рынках) в глобальную организацию, которая ориентирует всю мировую систему производственных и рыночных позиций на борьбу с конкуренцией.

Таким образом, М. Портер подчеркивает изменения как характера деятельности субъекта глобальной конкуренции, так и самой сущности этого субъекта. Однако четкого определения глобальной конкуренции М. Портер не дает. Такие средства конкуренции, как снижение издержек, повышение качества и расширение ассортимента товаров и услуг, становятся своеобразным локомотивом глобализации.

Американский экономист Дж. Гаррет считает, что растущая конкуренция в мировой торговле является одним из главных механизмов глобализации.



Можно выделить ряд отличительных черт конкуренции в эпоху глобализации:

Во-первых, усиление роли государства, выражающееся в поддержке деятельности национальных компаний на мировых рынках. Так, в Германии создается специальный орган по противодействию российским компаниям. Все основные страны Евросоюза устанавливают ограничения на ввоз ряда товаров: сельхозпродукция, сталь, текстиль и т.п.

Во-вторых, в конкуренцию вмешиваются и наднациональные органы. Так, Европарламент запрещает иностранным компаниям скупать газовые и электрические предприятия в Европе. Понятно, что подоплёка этого - не допустить российский «Газпром» на европейский рынок.

В-третьих, проявление глобальной конкуренции имеет четко выраженный национальный оттенок. Под этим тезисом мы понимаем то, что представители далеко не каждой страны участвуют в глобальной конкуренции.

В-четвертых, поскольку любая конкуренция - это процесс, глобальная конкуренция, как конкуренция вообще, имеет тенденцию перерастания в свою противоположность - монополию.

Сегодня наблюдается процесс создания, прежде всего транснациональными компаниями, структур олигополистического типа. В странах с развитой экономикой можно наблюдать появление во многих (если не в каждой) отраслях двух-трех доминирующих компаний, которые сталкиваются между собой (конкурируют) на рынках всех стран.

3. Факторы развития глобализационных процессов в мировой экономике

Выделяют внешние и внутренние факторы процесса глобализации.

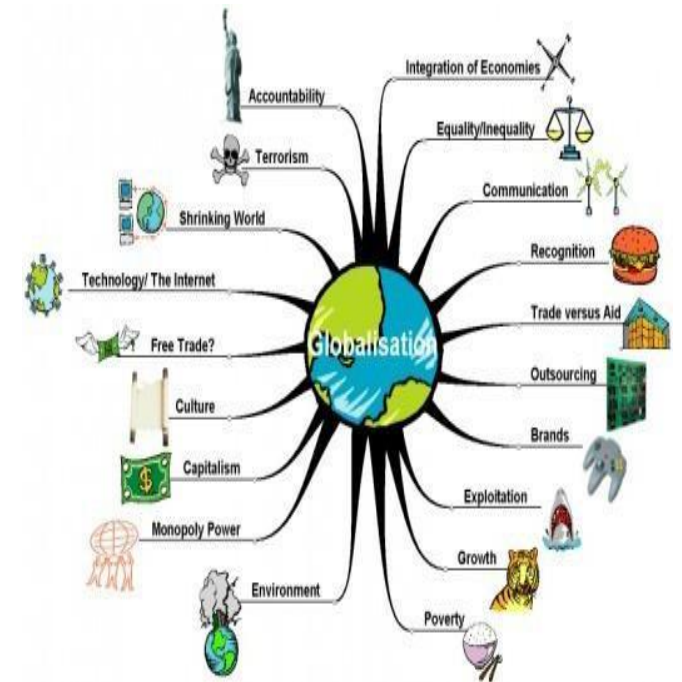
К внешним факторам, способствующим развитию глобализационных процессов, относятся:

1. Рост численности населения, который приводит к росту производства и потребностей, увеличению спроса на товары и услуги.
2. Необходимость в современных технологиях, разработка и внедрение которых невозможны исключительно в пределах одного государства.
3. Разделение труда в международных масштабах.

Внутренние факторы глобализации определяются на уровне отдельных стран. Существует ряд факторов, способствующих сближению стран и интеграции их в единое экономическое пространство.

Основными факторами глобализации мировой экономики являются:

- укрепление позиций транснациональных компаний;
- развитие коммуникаций и информационных технологий;
- электронная торговля;
- свободное движение и перемещение капитала;
- международные перевозки товаров.



4. Глобальные стратегии функционирования транснациональной корпорации

Начало интернационализации приходится на 17-18 века, который связывают с экспансией развитых стран и переносом их производственных мощностей в менее развитые регионы Азии, Африки, Ближнего Востока и Южной Америки с целью использования местных природных ресурсов для обеспечения роста производства и поиска новых рынков сбыта. Процессы интернационализации связывают с научно-техническим прогрессом, что привело к изменению мотивации транснациональных корпораций и усилению интеграции в международное экономическое пространство. Большинство ученых считает, что на разработку стратегии выхода транснациональных корпораций на мировой рынок влияет процесс интернационализации.



品牌代理合作墙

(部分)



Показательным исследованием является выборка китайских транснациональных корпораций. На сегодняшний день китайская экономика занимает существенную долю в движении ПИИ из всех развивающихся стран. Статистические данные показывают, что в Китае действует около 8500 ТНК, осуществляющих свою инвестиционную деятельность в 180 странах мира. Однако официальные отчеты об инвестиционной деятельности китайских ТНК показывают, что 65% корпораций несут потери на зарубежных рынках. Эти отчеты выделяют несколько общих проблем китайских ТНК: отсутствие осведомленности о международной среде, отсутствие первичного опыта выхода на зарубежные рынки, а также отсутствие стремления к адаптации к местным условиям и отсутствие стратегического планирования. Отсутствие осведомленности и первичного опыта авторы исследования считают ключевыми факторами, влияющими на выработку международной стратегии ТНК из развивающихся стран.

Эволюция стратегий ТНК за последние 60 лет, в период с 1950 по 2012 гг., претерпела ряд изменений. Например, Rothwell выделил пять поколений (стадий) трансформации ТНК в рамках инновационного процесса.

В течение данного периода ТНК поменяли инновационную стратегию с системы замкнутых инноваций на систему открытых инноваций – пятое поколение ТНК.

Rothwell охарактеризовал инновационный процесс как способность компаний использовать свои ресурсы для получения преимуществ в научной, технологической и рыночной сферах.

Подход, основанный на стратегии открытых инноваций, доказывает, что инновационный процесс усложняется, а компании должны вовлекать большее количество участников для полной реализации коммерческого потенциала своих идей.



Модель пятого поколения включает растущую стратегическую и технологическую интеграцию между различными организациями внутри компании и за ее пределами. Эта модель использует стратегию одновременного, а не последовательного развития и отходит от ресурсоориентированной разрозненно функциональной структуры в пользу организации бизнес-процессов. В настоящее время ТНК переключили свое внимание с продуктов на производство, и стратегия замкнутых инноваций теряет свою актуальность. Новые корпоративные стратегии основаны (но не ограничены) на следующих вопросах: Чем руководствуются компании при выборе того, что и как производить? Какие услуги предлагают компании и как их передают? Где компании занимаются производством? Кто производит продукцию?

КРУПНЕЙШИЕ ТОРГОВЫЕ ПАРТНЕРЫ КИТАЯ (\$ МЛРД)

ИСТОЧНИК: ГЛАВНОЕ ТАМОЖЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ КНР.



Куда Китай экспортирует товары?

Основными направлениями экспорта товаров из Китая в 2022 году были:

- США с долей 16,2% (582 млрд US\$)
- Гонконг с долей 8,27% (297 млрд US\$)
- Япония с долей 4,81% (172 млрд US\$)
- Южная Корея с долей 4,52% (162 млрд US\$)
- Вьетнам с долей 4,08% (146 млрд US\$)
- Индия с долей 3,29% (118 млрд US\$)
- Нидерланды с долей 3,27% (117 млрд US\$)
- Германия с долей 3,23% (116 млрд US\$)
- Малайзия с долей 2,6% (93 млрд US\$)
- Прочие страны Азии с долей 2,27% (81 млрд US\$)



Структура экспорт из Китай в 2022 году была представлена следующими основными товарными группами:

- 26% (954 млрд USD): 85 - Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, их части и принадлежности
- 15,3% (551 млрд USD): 84 - Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части
- 4,18% (150 млрд USD): 87 - Средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, и их части и принадлежности
- 3,99% (143 млрд USD): 39 - Пластмассы и изделия из них
- 3,64% (130 млрд USD): 94 - Мебель; постельные принадлежности, матрасы, основы матрацные, диванные подушки и аналогичные набивные принадлежности мебели; лампы и осветительное оборудование, в другом месте не поименованные или не включенные; световые вывески, световые таблички с име
- 3,06% (110 млрд USD): 73 - Изделия из черных металлов
- 2,87% (103 млрд USD): 95 - Игрушки, игры и спортивный инвентарь; их части и принадлежности
- 2,83% (101 млрд USD): 29 - Органические химические соединения
- 2,53% (90 млрд USD): 61 - Предметы одежды и принадлежности к одежде, трикотажные машинного или ручного вязания
- 2,15% (77 млрд USD): 72 - Черные металлы

Какие товары экспортирует Китай?

ТОП-10 экспортируемых из Китая товаров в 2022 году:

- 6,62% (238 млрд долл.): 8517 - Аппараты телефонные, включая аппараты телефонные для сотовых сетей связи или других беспроводных сетей связи; прочая аппаратура для передачи или приема голоса, изображений или других данных, включая аппаратуру для коммуникации в сети проводной или беспроводной передачи данных
- 5,22% (187 млрд долл.): 8471 - Вычислительные машины и их блоки (компьютеры); магнитные или оптические считывающие устройства, машины для переноса данных на носители информации в кодированной форме и машины для обработки подобной информации, в другом месте не поименованные или не включенные
- 4,29% (154 млрд долл.): 8542 - Схемы электронные интегральные
- 1,83% (65 млрд долл.): 8541 - Диоды, транзисторы и аналогичные полупроводниковые приборы; фоточувствительные полупроводниковые приборы, включая фотогальванические элементы, собранные или не собранные в модули, вмонтированные или не вмонтированные в панели; светоизлучающие диоды; пьезодатчики
- 1,59% (57 млрд долл.): 8507 - Аккумуляторы электрические, включая сепараторы для них, прямоугольной (в том числе квадратной) или иной формы
- 1,38% (49 млрд долл.): 8708 - Части и принадлежности моторных транспортных средств товарных позиций 8701 - 8705
- 1,34% (48 млрд долл.): 9503 - Трехколесные велосипеды, самокаты, педальные автомобили и аналогичные игрушки на колесах; коляски для кукол; куклы; прочие игрушки; модели в уменьшенном размере (в масштабе) и аналогичные модели для
- 1,34% (48 млрд долл.): 2710 - Нефть и нефтепродукты, полученные из битуминозных пород, кроме сырых; продукты, в другом месте не поименованные или не включенные, содержащие 70 мас.% или более нефти или нефтепродуктов, полученных из битуминозных пород, причем эти нефтепродукты являются основными составляющими препаратов; отработанные масла
- 1,32% (47 млрд долл.): 8504 - Трансформаторы электрические, статические электрические преобразователи (например, выпрямители), катушки индуктивности и дроссели
- 1,28% (46 млрд долл.): 9405 - Лампы и осветительное оборудование, включая прожекторы, лампы узконаправленного света, фары и их части, в другом месте не поименованные или не включенные; световые вывески, световые таблички с именем или названием, или адресом и аналогичные изделия, имеющие постоянный источник освещения

Совокупный импорт в Китай составил 2,71 трлн долларов в 2022 году. В стоимостном выражении увеличение поставок товаров в Китай По сравнению 2021 годом составило 1,17%: Импорт товаров вырос на 31 млрд долларов (в 2021 в Китай было завезено товаров на сумму 2,68 трлн долларов).

Откуда Китай импортирует товары?

Крупнейшими торговыми партнёрами по импорту товаров в Китай в 2022 году стали

- Прочие страны Азии с долей 8,76% (238 млрд US\$)
- Южная Корея с долей 7,35% (199 млрд US\$)
- Япония с долей 6,79% (184 млрд US\$)
- США с долей 6,58% (178 млрд US\$)
- Австралия с долей 5,23% (142 млрд US\$)
- Китай с долей 4,52% (122 млрд US\$)
- Россия с долей 4,2% (114 млрд US\$)
- Германия с долей 4,1% (111 млрд US\$)
- Малайзия с долей 4,04% (109 млрд US\$)
- Бразилия с долей 4,03% (109 млрд US\$)

Структура импорт в Китай в 2022 году была представлена следующими основными товарными группами:

- 23% (644 млрд USD): 85 - Электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, их части и принадлежности
- 19,7% (535 млрд USD): 27 - Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки; битуминозные вещества; воски минеральные
- 8,27% (224 млрд USD): 26 - Руды, шлак и зола
- 7,44% (202 млрд USD): 84 - Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части
- 3,81% (103 млрд USD): 71 - Жемчуг природный или культивированный, драгоценные или полудрагоценные камни, драгоценные металлы, металлы, плакированные драгоценными металлами, и изделия из них; бижутерия; монеты
- 3,02% (82 млрд USD): 90 - Инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, прецизионные, медицинские или хирургические; их части и принадлежности
- 2,97% (80 млрд USD): 87 - Средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, и их части и принадлежности
- 2,76% (75 млрд USD): 39 - Пластмассы и изделия из них
- 2,52% (68 млрд USD): 74 - Медь и изделия из нее
- 2,52% (68 млрд USD): 12 - Масличные семена и плоды; прочие семена, плоды и зерно; лекарственные растения и растения для технических целей; солома



Какие товары импортирует Китай?

ТОП-10 импортируемых в Китай товаров в 2022 году:

- 15,3% (416 млрд долл.): 8542 - Схемы электронные интегральные
- 13,4% (365 млрд долл.): 2709 - Нефть сырая и нефтепродукты сырые, полученные из битуминозных минералов
- 4,71% (128 млрд долл.): 2601 - Руды и концентраты железные, включая обожженный пирит
- 3,34% (90 млрд долл.): 2711 - Газы нефтяные и углеводороды газообразные прочие
- 2,82% (76 млрд долл.): 7108 - Золото (включая золото с гальваническим покрытием из платины) необработанное или полуобработанное, или в виде порошка
- 2,25% (61 млрд долл.): 1201 - Соевые бобы, дробленые или недробленые
- 2,07% (56 млрд долл.): 2603 - Руды и концентраты медные
- 1,92% (52 млрд долл.): 8703 - Автомобили легковые и прочие моторные транспортные средства, предназначенные главным образом для перевозки людей (кроме моторных транспортных средств товарной позиции 8702), включая грузопассажирские автомобили-фургоны и гоночные автомобили
- 1,46% (39 млрд долл.): 8524 - Грампластинки, ленты и другие носители для записи звука или аналогичных записей, записанные, включая матрицы и формы для изготовления грампластинок, кроме изделий группы 37
- 1,36% (37 млрд долл.): 7403 - Медь рафинированная и сплавы медные необработанные