

DOI 10.24412/1829-0485-2026-1-135-145
УДК 327

Поступила: 10.12.2025г.
Сдана на рецензию: 16.12.2025г.
Подписана к печати: 21.02.2026г.

АНАЛИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ “MICROSOFT” И “HUAWEI” В БРАЗИЛИИ КАК ИНСТРУМЕНТОВ ВЛИЯНИЯ США И КИТАЯ

Д.В. Оганян

*Российско-Армянский университет
diana.oganian@rau.am
ORCID: 0009-0007-8512-4430*

АННОТАЦИЯ

В данной статье речь идет о том, что в условиях глобализации транснациональные корпорации (ТНК) усиливают влияние в образовании, формируя кадровый потенциал, конкурентоспособность и «мягкую силу» стран их базирования. На примере “Microsoft” и “Huawei” в Бразилии показано, как их образовательные программы усиливают влияние США и Китая через цифровые навыки, профессиональную подготовку и продвижение технологий. Инициативы ТНК способствуют репатриации прибыли, экспорту технологий и укреплению контроля над цепочками добавленной стоимости, одновременно формируя долгосрочные стратегические преимущества для стран-базирования.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, образование, мягкая сила.

На протяжении последних десятилетий наблюдается тенденция, отражающая усиление роли ТНК в реализации образовательных инициатив, что разрушает привычное понимание того, что именно государство обладает преимуществом формирования образовательной политики. В эпоху глобализации усиливается влияние иностранных ТНК в осуществлении образовательных программ и их финансировании, что, в свою очередь, рассматривается как инструмент влияния страны-базирования ТНК в регионе. Особенно, учитывая тот факт, что ТНК служат одним из наиболее заметных механизмов реализации государствами «мягкой силы». Данная работа ставит перед собой *цель* определить в чем заключается важность образовательных инициатив как для ТНК, так и для стран их базирования, а также проанализировать как образовательные инициативы “Microsoft” и “Huawei” выступают в качестве инструмента влияния США и Китая в Бразилии. Для достижения данной цели будут использованы такие *методы* как структурно-функциональный анализ и case-study.

Несмотря на то, что образование является юридически закрепленным неотъемлемым и универсальным правом человека, тем не менее в условиях углубляющегося разрыва между развитыми и развивающимися государствами, доступ к образованию фактически функционирует как механизм социальной привилегии. Согласно докладу 2024 года, подготовленного ЮНЕСКО, ОЭСР и Секретариатом Содружества, более 250 миллионов детей не посещают образовательные учреждения [1]. Глобальные совокупные расходы на образование в 2022 году достигли значительного объема в 5.8 триллиона \$ США, тем не менее анализ государственного финансирования образовательной сферы выявляет геоэкономический диспаритет, который составляет 155% финансовую асимметрию (в 2022 году среднегодовые инвестиции на одного учащегося в странах с низким уровнем дохода составлял – 55 \$ США, в то время как в странах с высоким уровнем дохода – 8 532 \$ США) [15].

Хотя государственные ассигнования остаются основной статьей финансирования образовательного сектора (в 2020 году – 84%) [3], анализ 2025 года демонстрирует выраженную тенденцию к повышению заинтересованности со стороны частного капитала к сфере образования [4].

XXI столетие характеризуется популярностью идей корпоративной социальной ответственности (КСО), что проявляется в их трансформации от разовых инициатив в важный элемент экономической и управленческой стратегии компаний. «Как правило, термин КСО употребляется при описании социальной ответственности отдельно взятой компании». [5] Образование, являясь ключевым элементом устойчивого развития общества, привлекает внимание ТНК, способствуя росту инвестиций в эту сферу, что обусловлено рядом причин.

Так, образовательная среда выступает ключевым инструментом в формировании кадрового потенциала ТНК в странах присутствия, особенно в условиях дефицита высококвалифицированных специалистов по ряду профессий. Ежегодный набор молодых специалистов из разных учебных заведений, проводимый “Samsung Vietnam”, демонстрирует существующую нехватку инженерных кадров [6]. Так, “Samsung Vietnam” в сотрудничестве с Национальным центром инноваций Вьетнама запустил программу подготовки технологических кадров с целью обучить 50.000–100.000 инженеров по полупроводникам к 2030 году [7].

Важно отметить, что инвестиции в образование не только способствуют наличию кадров на местах, но и обеспечению конкурентоспособности ТНК на глобальном рынке. К примеру, немецкий конгломерат “Siemens” в 2018 году объявил о своем партнерстве с пяти вузами США для разработки концепции программного обеспечения нового поколения. “Siemens” обещал инвестировать по 150.000 \$ в проект-победитель от каждого университета – всего почти 1 миллион \$. В рамках этих инвестиций компания пригласила одного PhD-

студента команды-победителя каждого вуза на шестимесячную работу в корпоративных технологических подразделениях Siemens в Принстоне (Нью-Джерси), Беркли (Калифорния) или Шарлотте (Северная Каролина) для дальнейшей разработки технологии [8].

Еще одной причиной возросшего интереса ТНК к инвестированию образования является формирование потребительской лояльности и положительного имиджа компаний, вовлеченных в КСО. Проведенное исследование среди потребителей телекоммуникационных услуг в Пакистане демонстрирует прямую взаимосвязь между деятельностью данных компаний и формированию лояльности пользователей [9]. Важно подчеркнуть, что развитие лояльности способствует росту клиентской базы, что, в свою очередь, способствует увеличению доходов компании. Ярким доказательством вышесказанного является образовательная программа “Microsoft” в ЮАР – “DigiGirlz”, которая направлена на развитие STEM-навыков у школьников. “Microsoft” – традиционный партнер ЮАР в сфере образования, который на протяжении многих лет формирует позитивное отношение к данной ТНК, о чем свидетельствуют слова президента страны Сирила Рамапосы: «Помимо того, что она прокладывает путь в местном технологическом пространстве, долгосрочное присутствие “Microsoft” в Южной Африке – это вотум доверия нашей стране и нашей экономике. Стратегические инвестиционные объявления, сделанные сегодня Microsoft, являются еще одним свидетельством этой устойчивой уверенности» [10].

Основываясь на всем вышесказанном, можно заключить, что инвестиции ТНК в образовательный сектор являются не только проявлением глобальной тенденции к расширению социальной ответственности бизнеса, но и представляют собой важный стратегический инструмент, влияющий на конкурентоспособность крупных корпораций и формирующий долгосрочные предпосылки для увеличения их прибыли.

Страны базирования ТНК также заинтересованы в продвижении последними инициатив в сфере КСО, что превращает ТНК в инструмент геополитического влияния, что также обусловлено рядом причин.

ТНК являются ярким проявлением «мягкой силы» государств. «В современных обществах потребления важную роль играет идеологическая составляющая потребительских товаров. <...> Качественный товар, несущий на себе отпечаток страны происхождения, становится носителем не только потребительской ценности, но в значительной степени материальным воплощением ее духовного потенциала» [11]. Следовательно, благоприятная репутация компании также переносится и на страну ее базирования.

Несмотря на высокую значимость имиджевых выгод для страны-базирования, образовательная политика ТНК имеет прежде всего прикладной характер. Эффективная деятельность компании за рубежом положительно влияет

на национальную экономику через репатриацию прибыли – выплату дивидендов, роялти и лицензионных платежей или оплаты технических и управленческих услуг, предоставляемых дочерним компаниям. Таким образом, обучение и подготовка кадров для ТНК за рубежом поддерживает экономическую выгоду страны-базирования ТНК.

Важным элементом в этом контексте является контроль ТНК ключевых звеньев цепочки добавленной стоимости. Как утверждают эксперты, сегодня «страны конкурируют между собой за место и определенную роль в цепочках добавленной стоимости» [12]. Чем выше компетенции сотрудников и стандарты производства, тем эффективнее компания удерживает стратегические позиции в этих цепочках, что обеспечивает стране-базирования больший приток репатрируемой прибыли.

Образовательная политика корпораций является ключевым звеном в сохранении контроля над цепочкой стоимости, обеспечивая поддержания качества продукции и технологий производства даже при переносе части производственных процессов за рубеж. Ярким примером этому служит компания “Toyota”, которая в 2006 году открыла Глобальный производственный центр в Азиатско-Тихоокеанском регионе, где обучение направлено на восемь ключевых процессов: штамповку, сварку, покраску, литье пластмасс, логистику, сборку, контроль качества и обслуживание. Кроме того, центр направлен на продвижение своей глобальной производственной философии, включая “Lean Management” (бережливое производство) и дзидока (выявление и устранение дефектов на ранних стадиях). [13] Об эффективности, пройденного обучения, говорит следующее: на 2022 год «одна “Toyota” производилась в Таиланде каждые 20 секунд» [14]. Для страны базирования это означает, что знания, стандарты и технологии, разработанные внутри корпорации, сохраняются и умножают экономическую отдачу для национальной экономики.

Еще одним важным аспектом значимости образовательной политики корпораций за рубежом для страны-базирования ТНК является то, что через такие программы стимулируется экспорт национального оборудования, предоставление лицензий, оказание технических и консультативных услуг. Это усиливает экспортный потенциал страны базирования и, как следствие, увеличивает ее экономическую прибыль.

Ярким примером является немецкая компания “Siemens” и ее глобальная программа “Siemens Automation Cooperates with Education” (SCE). Программа SCE направлена на подготовку специалистов для работы в любых компаниях, которые используют промышленное оборудование и программное обеспечение “Siemens”. Кроме того, будучи ключевым партнером “Kia Motors Manufacturing Georgia” (KMMG), “Siemens” поддержала образовательный проект THINC College, нацеленный на развитие профессионального кадрового состава компании, выделив на это 100.000 \$ США, а также обеспечив

сертификацию и обучению инструкторов. «Поскольку 90% автомобильных заводов используют автоматизированное оборудование “Siemens”, а КММГ использует его на всех этапах штамповки и сборки, “Siemens” является идеальным партнером для практического обучения студентов практическим системам, с которыми они столкнутся на рабочем месте» [15]. Участие “Siemens” в данном проекте обеспечивает эффективное практическое обучение, при этом экспорт технологий и знаний приносит экономическую выгоду стране-базирования корпорации – Германии.

Через образовательные инициативы ТНК, а, следовательно, и страны их базирования, укрепляют свои рыночные позиции. Бразилия, являясь самой населенной страной Южной Америки и играя ключевую роль как региональный лидер, а также член крупных международных объединений, таких как БРИКС и G20, выступает стратегически важной точкой соприкосновения интересов США и Китая.

В качестве case-study мы рассмотрим образовательную политику таких корпораций как “Microsoft” и “Huawei” в Бразилии.

Образовательная политика “Microsoft” направлена на повышение доступности качественного образования, поддержку цифровой трансформации и развитие навыков, необходимых для современного рынка труда. В Бразилии образовательные инициативы “Microsoft” осуществляются в партнерстве с правительством страны.

Одной из ключевых инициатив является “Microsoft Mais Brasil”, национальная программа, направленная на ускорение цифровой трансформации. Она включает масштабную систему обучения технологическим и цифровым навыкам, поддержку инноваций, инвестиции в строительство новых инфраструктурных объектов, а также сотрудничество с Министерством экономики страны по сокращению безработицы [16]. В рамках данной инициативы “Microsoft” поддерживает создание новых облачных и AI- сервисов.

Проект “Worker's School 4.0”, входящий в стратегию компании “Microsoft”, реализуется в партнерстве с Министерством труда и социального обеспечения. Сама программа состоит из 40 бесплатных курсов по цифровым навыкам., ориентированных на повышение квалификации работников. Среди них – обучение финансовой грамотности с использованием Excel [7], что отражает стремление корпорации к интеграции своих продуктов в образовательные программы и расширению их применения на рынке данной латиноамериканской страны.

Дополняет образовательный блок инициатива – “ConectAI”, ориентированная на обучение 5 миллионов человек навыкам работы с искусственным интеллектом. Данная программа является инклюзивной, так как курсы (более 130 курсов) являются бесплатными. Реализация программы сопровождается значительными инвестициями “Microsoft” в размере 14,7 млрд реалов [18].

Особое внимание уделяется и подготовке учителей: Microsoft занимается также обучением педагогов цифровых навыков, включая применение игровых методик на основе Minecraft, что способствует модернизации школьного образования и развитию цифровой грамотности учащихся.

Microsoft на бразильском рынке способствует укреплению долгосрочного влияния США, что связано с формированием корпорацией институционального присутствия посредством строительства облачных и AI-сервисов. Образовательные инициативы, предложенные компанией, также способствуют формированию поколения, лояльно настроенного к экосистеме “Microsoft”. Важно подчеркнуть, что партнерство с государственными учреждениями также усиливает влияние компании на бразильском рынке, что выражается в прямом доступе американской компании к системе подготовки кадров, стандарту труда и цифровизации государственных услуг. Программы обучения, линзирования, сертификация, платформы, использование облачных и AI-сервисов Microsoft также формируют технологическую зависимость Бразилии от иностранной корпорации, с которой, фактически, происходит деление технологического суверенитета.

Тем не менее, Бразилия стремится диверсифицировать своих технологических партнеров. В этом контексте возрастает роль других крупных держав и ТНК за попытку занять свою нишу на бразильском рынке цифровых технологий. Так, в последнее время наблюдается активность “Huawei”.

“Huawei” активно развивает образовательные инициативы в Бразилии, сотрудничая с федеральными органами странами. Совместно с Министерством образования, и ЮНЕСКО компания запустила пилотный проект «Открытые школы с технологиями для всех», направленный на расширение цифровой инклюзии. Программа включает в себя обучение учителей, обеспечение школ цифровыми устройствами и установку солнечных энергетических систем, что способствует улучшению образовательной инфраструктуры.

Другой масштабной инициативой в области образования является программа “ICT Academy”, которая с 2013 года объединяла 200 университетов-партнеров в Бразилии. Она предлагает более 250 курсов по ИИ, кибербезопасности, 5G технологиям, обеспечивая подготовку специалистов, востребованных на меняющемся цифровом рынке. В 2023 году шесть бразильских команд приняли участие в финале ИКТ-соревнований в Шэньчжэне [9], что свидетельствует о вкладе корпорации в укрепление китайско-бразильского сотрудничества. В 2023 году корпорация подписала меморандум о взаимопонимании с Министерством образования Минас-Жерайс и CONIF, в рамках которого данная инициатива вышла за пределы высших учебных заведений, начав подготовку более 70.000 учителей, а также обязалась обеспечить Wi-Fi соединение в 2.197 школах.

Во время пандемии “Huawei” также оказывает содействие китайским школам в Бразилии, внедрив систему “IdeaHub” и предоставив образовательным учреждениям инструменты для видеоконференций, интерактивного обучения. Это, в свою очередь, позволило частично компенсировать трудности, связанные с переходом на дистанционное обучение, и способствовало распространения китайского языка даже в условиях пандемии.

Следовательно, благодаря инвестициям “Huawei” Китай укрепляет свое технологическое влияние. Участие данной корпорации в развитии цифрового образования за пределами Китая способствует экспорту китайских технологических стандартов, увеличивает лояльность к китайским технологиям, что оказывает позитивное влияние на репутацию страны. Инвестиции также формируют потребительскую лояльность, тем самым укрепляя китайское экономическое присутствие в регионе. Образовательная политика “Huawei” в Бразилии также укрепляет позиционирования Китая как «друга развивающихся стран» и как страна, приверженная принципам международной ответственности.

Таким образом, основываясь на всем вышесказанном, мы можем заключить, что “Microsoft” обеспечивает массовый охват своих технологий через образовательные программы, цифровую грамотность и формирование будущего кадрового состава, следовательно, формируя технологическую значимость и лояльность пользователей. В данном контексте, мы можем заявлять об эффективном укреплении позиций США в долгосрочной перспективе. Стратегия “Huawei” более ориентирована на институциональное и профессиональное влияние. Здесь ярко прослеживается связь между деятельностью компании и публичной дипломатией страны, что выражается в сотрудничестве корпорации с китайскими школами, а также в проведении в Китае международных IT-конкурсов. Обе корпорации сконцентрированы на укреплении позиций своих стран через интеграцию технологий и образовательных программ в государственные и учебные учреждения.

Таким образом, инвестиции крупных корпораций в образование представляет собой важный стратегический инструмент, влияющий на конкурентоспособность ТНК и формирующий долгосрочные предпосылки для увеличения их прибыли. Для стран- базирования ТНК подобная инвестиционная политика также имеет значительные преимущества, поскольку способствует репатриации прибыли, укреплению контроля над цепочками добавленной стоимости, расширению экономического влияния на государства-присутствия ТНК, формирование лояльных политико-экономических элит.

Бразилия, являясь одной из наиболее динамично развивающихся экономик Латинской Америки, привлекает внимание крупных мировых корпораций, включая “Microsoft” и “Huawei”, которые реализуют в стране различные образовательные инициативы. В то время как “Microsoft” ориентируется на

массового потребителя и, соответственно, на массовые образовательные инициативы, “Huawei” сконцентрирован на партнерстве с высшими учебными заведениями. Обе корпорации осуществляют свою деятельность в партнерстве с федеральным правительством Бразилии, что объективно усиливает технологическую зависимость государства от внешних акторов и частично передает элементы технологического суверенитета крупным корпорациям. Тем не менее, Бразилия стремится диверсифицировать свои технологические связи, пытаясь балансировать между компаниями США и Китая, снижая риски избыточной зависимости от зарубежной компании одной страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. UNESCO. The price of inaction: the global private, fiscal and social costs of children and youth not learning. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/price-inaction-global-private-fiscal-and-social-costs-children-and-youth-not-learning> (дата обращения: 01.12.2025).
2. UNESCO. The future at risk: Why investing in education is critical. Paris: UNESCO, 2024.
3. OECD. Education at a Glance 2023: OECD Indicators. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/09/education-at-a-glance-2023_581c9602/e13bef63-en.pdf (дата обращения: 01.12.2025).
4. Private Equity’s Resurgent Interest in Education: Key Trends for 2025. URL: <https://huntscanlon.com/private-equitys-resurgent-interest-in-education-key-trends-for-2025/> (дата обращения: 01.12.2025).
5. Завьялова Е.Б. Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов и идей // «Финансовый бизнес», № 2 (193). 2018. СС. 26–31.
6. Samsung Vietnam continues to recruit hundreds of engineers. URL: <https://vietnam-news.vn/society/925374/samsung-vietnam-continues-to-recruit-hundreds-of-engineers.html> (дата обращения: 01.12.2025).
7. Samsung launches training program to aid Vietnam’s 50,000 semiconductor talent goal. URL: <https://theinvestor.vn/samsung-launches-training-program-to-aid-vietnams-50000-semiconductor-talent-goal-d9888.html> (дата обращения: 01.12.2025).
8. Siemens, leading U.S. universities to host series of R&D challenges to bolster innovation pipeline. URL: <https://www.siemens.com/us/en/company/press/press-releases-us/siemens-leading-us-universities-to-host-series-of-r-and-d-challenges-bolster-innovation.html> (дата обращения: 01.12.2025).
9. Islam T., Islam R., Pitafi H., Liang X., Rehmani M., Irfan M., Mubarak S. The Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty: The Mediating Role of Corporate Reputation, Customer Satisfaction, and Trust // Sustainable Production and Consumption. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.01>
10. Microsoft invests an additional ZAR 5.4bn in South Africa and launches youth certification programme for high-demand digital skills. URL: <https://news.microsoft.com/source/emea/features/microsoft-invests-zar-5-4bn-in-south-africa/> (дата обращения: 01.12.2025).
11. Сургуладзе В.Ш. Маркетинговые инструменты на службе транснациональных корпораций: глобальный брендинг как элемент «мягкой силы» // «Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета». Т. 6, № 1, 2016. С. 39.

12. Особенности процесса глобализации в отраслях и комплексах мировой экономики / под ред. В. Б. Кондратьева. М.: ИМЭМО РАН, 2020, 245с.
13. Toyota's Asia-Pacific Global Production Center Begins Training for Asian Manufacturing Affiliates. URL: <https://global.toyota/en/detail/274206> (дата обращения: 01.12.2025).
14. Toyota Motor Thailand turns 60 – over 12 mil vehicles produced since 1962, 4th highest Toyota manufacturer. URL: <https://paultan.org/2022/12/15/toyota-motor-thailand-turns-60-over-12-mil-vehicles-produced-since-1962-4th-highest-toyota-manufacturer/> (дата обращения: 01.12.2025).
15. A public-private partnership could be the answer to skilled autoworkers in the future. URL: <https://www.businessinsider.com/sc/siemens-partnership-kia-thinc-prepares-talent-2016-9#:~:text=As%20an%20automation%20vendor%20to,up%20of%20sedans%20and%20SUVs> (дата обращения: 01.12.2025).
16. Microsoft Wants to Train 25 Million Brazilians in Technology Courses. URL: <https://www.riotimesonline.com/brazil-news/brazil/business-brazil/microsoft-wants-to-train-25-million-brazilians-in-technology-courses/> (дата обращения: 01.12.2025).
17. Instituto XP e Microsoft Brasil agregam educação financeira ao programa Escola do Trabalhador 4.0. URL: <https://news.microsoft.com/pt-br/instituto-xp-e-microsoft-brasil-agregam-educacao-financeira-ao-programa-escola-do-trabalhador-4-0/> (дата обращения: 01.12.2025).
18. Microsoft to make \$2.7 billion cloud, AI investments in Brazil. Reuters. URL: <https://www.reuters.com/technology/microsoft-make-27-billion-cloud-ai-investments-brazil-2024-09-26/> (дата обращения: 01.12.2025).
19. ICT Academy Brazil: world-class digital training and a chance to compete in global events. URL: <https://www.huawei.com/en/media-center/multimedia/videos/2023/brazil-ict-competition> (дата обращения: 01.12.2025).

REFERENCES

1. UNESCO. The price of inaction: the global private, fiscal and social costs of children and youth not learning. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/price-inaction-global-private-fiscal-and-social-costs-children-and-youth-not-learning> (accessed: 01.12.2025).
2. UNESCO. The future at risk: Why investing in education is critical. Paris: UNESCO, 2024.
3. OECD. Education at a Glance 2023: OECD Indicators. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/09/education-at-a-glance-2023_581c9602/e13bef63-en.pdf (accessed: 01.12.2025).
4. Private Equity's Resurgent Interest in Education: Key Trends for 2025. URL: <https://huntsanlon.com/private-equitys-resurgent-interest-in-education-key-trends-for-2025/> (accessed: 01.12.2025).
5. Zavyalova E. Corporate social responsibility: evolution of approaches and ideas // “Financial business”, 2018, № 2 (193). PP. 26–31 (In Russ.)
6. Samsung Vietnam continues to recruit hundreds of engineers. URL: <https://vietnam-news.vn/society/925374/samsung-vietnam-continues-to-recruit-hundreds-of-engineers.html> (accessed: 01.12.2025).
7. Samsung launches training program to aid Vietnam's 50,000 semiconductor talent goal. URL: <https://theinvestor.vn/samsung-launches-training-program-to-aid-vietnams-50000-semiconductor-talent-goal-d9888.html> (accessed: 01.12.2025).

8. Siemens, leading U.S. universities to host series of R&D challenges to bolster innovation pipeline. URL: <https://www.siemens.com/us/en/company/press/press-releases/usa/siemens-leading-us-universities-to-host-series-of-r-and-d-challenges-bolster-innovation.html> (accessed: 01.12.2025).
9. *Islam T., Islam R., Pitafi H., Liang X., Rehmani M., Irfan M., Mubarak S.* The Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty: The Mediating Role of Corporate Reputation, Customer Satisfaction, and Trust // “Sustainable Production and Consumption”. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.01>
10. Microsoft invests an additional ZAR 5.4bn in South Africa and launches youth certification programme for high-demand digital skills. URL: <https://news.microsoft.com/source/emea/features/microsoft-invests-zar-5-4bn-in-south-africa/> (accessed: 01.12.2025).
11. *Surguladze V.* Marketing tools at the service of transnational corporations: global branding as an element of “Soft Power” // “Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University” Vol. 6, No. 1, 2016. P. 39 (in Russ.)
12. Features of the globalization process in the sectors and complexes of the world economy / edited by V. B. Kondratiev. M.: IMEMO RAS, 2020, 245p. (In Russ.)
13. Toyota’s Asia-Pacific Global Production Center Begins Training for Asian Manufacturing Affiliates. URL: <https://global.toyota/en/detail/274206> (accessed: 01.12.2025).
14. Toyota Motor Thailand turns 60 – over 12 mil vehicles produced since 1962, 4th highest Toyota manufacturer. URL: <https://paultan.org/2022/12/15/toyota-motor-thailand-turns-60-over-12-mil-vehicles-produced-since-1962-4th-highest-toyota-manufacturer/> (accessed: 01.12.2025).
15. A public-private partnership could be the answer to skilled autoworkers in the future. URL: <https://www.businessinsider.com/sc/siemens-partnership-kia-thinc-prepares-talent-2016-9#:~:text=As%20an%20automation%20vendor%20to,up%20of%20sedans%20and%20SUVs> (accessed: 01.12.2025).
16. Microsoft Wants to Train 25 Million Brazilians in Technology Courses. URL: <https://www.riotimesonline.com/brazil-news/brazil/business-brazil/microsoft-wants-to-train-25-million-brazilians-in-technology-courses/> (accessed: 01.12.2025).
17. Instituto XP e Microsoft Brasil agregam educação financeira ao programa Escola do Trabalhador 4.0. URL: <https://news.microsoft.com/pt-br/instituto-xp-e-microsoft-brasil-agrega-educacao-financeira-ao-programa-escola-do-trabalhador-4-0/> (accessed: 01.12.2025).
18. Microsoft to make \$2.7 billion cloud, AI investments in Brazil. Reuters. URL: <https://www.reuters.com/technology/microsoft-make-27-billion-cloud-ai-investments-brazil-2024-09-26/> (accessed: 01.12.2025).
19. ICT Academy Brazil: world-class digital training and a chance to compete in global events. URL: <https://www.huawei.com/en/media-center/multimedia/videos/2023/brazil-ict-competition> (accessed: 01.12.2025).

**ANALYSIS OF “MICROSOFT” AND “HUAWEI’S”
EDUCATIONAL INITIATIVES IN BRAZIL AS TOOLS OF U.S.
AND CHINESE INFLUENCE**

D. Oganian

Russian-Armenian University

ABSTRACT

In the context of globalization, transnational corporations (TNCs) are increasingly influencing education, shaping human capital, enhancing competitiveness, and serving as instruments of the “soft power” of their home countries. The case of “Microsoft” and “Huawei” in Brazil demonstrates how their educational programs extend U.S. and Chinese influence through digital skills development, professional training, and technology promotion. TNC initiatives contribute to profit repatriation, technology exports, and strengthened control over value chains, while simultaneously creating long-term strategic advantages for their home countries.

Keywords: transnational corporations, education, soft power.