

Бак Галина Александровна

аспирантка,

Институт мировой экономики и международных отношений НАН Украины, Киев

halyna_bak@ukr.net

ПОД ДИКТОВКУ РЫНКА

*ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ
В ОТДЕЛЬНЫХ СЕКТОРАХ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА*

Аннотация

На основе анализа деятельности транснациональных корпораций в период зарождения и становления шестого технологического уклада выявлено особое значение инновационных стратегий корпораций в таких секторах мирового хозяйства, как фармацевтика и автомобилестроение. Большинство из этих стратегий направлены на применение улучшающих технологических инноваций и организационных нововведений, которые связаны с появлением новых рынков и оптимальных форм хозяйствования. Подчеркнута второстепенная роль прогрессивных технологических нововведений в принятии антикризисных инновационных решений крупными транснациональными компаниями, несмотря на их лидерство в создании инноваций.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, инновационные стратегии, технологические и организационные нововведения, маркетинг-менеджмент, конъюнктура рынка, экономический уклад

Согласно статистическим данным ЮНКТАД, две трети всех мировых расходов на научные исследования и разработки приходится на транснациональные корпорации (ТНК). Нововведения выступают основной конкурентоспособности и развития в стратегиях ТНК. Закономерно, что наиболее мощным корпорациям принадлежит главная роль в определении инновационных направлений развития отдельных отраслей и мировой экономики в целом. Особенно заметно эта роль проявляется в периоды формирования новых технологических укладов, так как благодаря сочетанию наличия результатов научно-исследо-

вательской деятельности, финансовых ресурсов, а также производственных возможностей ТНК активно участвуют в процессе зарождения и становления технологических волн.

Опыт нуждается в стабильности

Усиление взаимосвязи между внедрением нововведений и повышением результативности деятельности компаний ведет к активизации инновационных процессов. Сами по себе новации без внедрения теряют смысл и не служат гарантией коммерческого успеха для компаний в будущем. Весомый вклад в исследование различных аспектов деятельности транснаци-

ональных корпораций, в том числе с учетом инновационной составляющей, внесли многие российские и украинские ученые. В частности, В.М. Кудров рассматривает модели функционирования ведущих транснациональных корпораций «триады» (США, Японии, ЕС) и определяет основные признаки, которые обеспечили этим компаниям инновационное лидерство в мире. В своих работах он выделяет ряд задач, решение которых необходимо для достижения высоких социально-экономических результатов от создания и внедрения инноваций в России (1). Одной из сфер научных интересов А.В. Кузнецова является проблематика развития российских транснациональных корпораций, их перспективы и ограничения роста (2). Такие украинские ученые, как Г.О. Андрощук и Н.В. Ямчук утверждают, что структурные изменения в украинской экономике возможно осуществить за счет создания и распространения новейших технологий шестого уклада. Они изучают модели инновационного развития в США, Германии, а также считают показательным для Украины опыт России в реализации государственных программ с целью создания и распространения нанотехнологий.

Особое внимание уделяется функционированию и участию российской корпорации «Роснано» в процессе формирования нанотехнологической инфраструктуры, а также роли этой компании в коммерциализации инноваций (3). В.М. Геец и Л.В. Шинкарук, изучая влияние прямых иностранных инвестиций и деятельности ТНК на экономику страны-реципиента, разделяют две модели создания транснациональных корпораций: отрицательную (привлечение филиалов иностранных ТНК) и положительную (создание собс-

твенных транснациональных корпораций). На основании своих исследований они объясняют низкий уровень технологического обновления крупных украинских компаний, отсутствием долгосрочной стратегии развития, что в первую очередь связано с постоянным перераспределением собственности на Украине в течение двух последних десятилетий (4).

Несмотря на участие российских и украинских исследователей в изучении проблематики функционирования ТНК высокая динамика изменений бизнес-среды ТНК, наблюдающаяся под влиянием становления нового мирового порядка и глобальных кризисных явлений 2008-2009 гг., которые, как считают многие, сопровождают смену технологических укладов, вызывает необходимость проведения дальнейшего анализа формирования стратегий развития крупных корпораций. В период становления нового технологического уклада неотъемлемой частью общей стратегии роста транснациональной компании является реализация инновационных стратегий, которые преимущественно основываются на внедрении технологических инноваций. Но укрепление рыночных позиций в странах со стремительными темпами роста актуализирует необходимость организационных нововведений. Наша цель состоит в определении направлений реализации инновационных

новации без внедрения
теряют смысл и не служат
гарантией коммерческого
успеха для компаний
в будущем

в период становления
нового технологического
уклада неотъемлемой
частью общей стратегии
роста транснациональной
компании является
реализация инновационных
стратегий, которые
преимущественно
основываются на внедрении
технологических инноваций

стратегий ТНК в отдельных секторах мировой экономики в периоды кризисов, связанных со сменой технологических укладов, которые также включают антикризисную составляющую в проведении политики компаний.

Машины нового времени

Одной из ведущих отраслей нового технологического уклада и сферы деятельности ТНК, дальнейшее развитие которой требует применения новейших технологий и внедрения инновационных стратегий, является автомобильная промышленность. Так как автомобилестроение занимает важное место в структуре экономики многих государств и влияет на социально-экономическую стабильность, в 2009–2010 гг. правительства ряда стран оказали значительную помощь корпорациям автопрома, наиболее серьезно пострадавшим от кризиса. Государственная поддержка была

обусловлена также и тем, что в перспективе ожидается рост объемов продаж автомобилей в мире. В 2009 году, когда произошел спад на рынках в развитых странах, некоторые государства и регионы показывали положительную динамику производства и сбыта продукции в сфере автомобилестроения. Так, в России в 2009 г. по сравнению с предыдущим годом рост продаж автомобилей составил 14,5% (1,6 млн авто), в Китае – 12% (11 млн авто), в Бразилии – 14,1% (2,5 млн авто). К 2020-ому году только в Китае предполагается рост объемов продаж автомобилей до 22 млн, а к 2030-му – до 32,4 млн (5).

Страны Азии рассматриваются как наиболее перспективные рынки автомобильной промышленности. Вместе с тем уже в настоящее время объем производства в этом регионе вырос. В 2011 г. впервые за всю историю автомобилестроения Китай стал лидером по количеству выпуска единиц продукции (17,8 млн). Другие растущие рынки – это страны Южной Америки и Восточной Европы. Показательным примером экспансии концерна Volkswagen (Германия) на восток является открытие производственного филиала в России (г. Калуга). За последние 30 лет в автомобильной промышленности наблюдался среднегодовой прирост в размере 1%. За счет роста сбыта автомобилей на новых рынках в период после кризиса этот показатель не уменьшился.

Однако для успешного функционирования ТНК автомобильной промышленности и для достижения цели – удержать и увеличить долю на рынке – компаниям необходимо решить ряд задач, которые формируются под действием определенных факторов и прямо или косвенно влияют на их деятельность. Ими могут быть новые потребности и

возможности потребителей, особенно новых рынков; непредсказуемость рынка энергоносителей, в первую очередь нефти; урбанизация населения; защита окружающей среды, которая обусловлена законодательством многих государств.

Поэтому с учетом вышеуказанных факторов можно выделить три базовых направления инновационного развития мирового автопрома в посткризисный период: 1) совершенствование дизайна; 2) создание новых технических характеристик и улучшение существующих; 3) инновации, за счет которых можно достичь снижения себестоимости продукции.

В первую очередь, инновации касаются усовершенствования дизайна, электротехники и электроники, так как именно этим характеристикам уделяют особое внимание потребители мегаполисов и быстро растущих рынков азиатских стран.

Целью разработки нововведений также выступает снижение вредных выбросов в окружающую среду и повышение эффективности потребления топлива. На основании маркетинговых исследований рассчитано, что количество машин с двигателями, которые используют бензин, с каждым годом будет уменьшаться на 0,3%, а число автомобилей с применением альтернативных источников энергии возрастет на 2%. Именно такие автомобили и есть прогрессивные новации. Особые перспективы развития автомобильной промышленности связаны с производством гибридных автомобилей, ориентированных на использование обоих видов энергии. По состоянию на 30 апреля 2012 г. в мире продано 4 млн гибридных автомобилей компании Toyota. Однако, согласно расходам ТНК на научную деятельность в сфере

автомобилестроения, другие крупные производители-новаторы, такие как Volkswagen (Германия), General Motors (США), Honda Motor (Япония), Daimler (Германия), не спешили так масштабно представлять на рынке автомобили, которые используют альтернативные источники энергии. Отличительной чертой корпорации Volkswagen в посткризисный период являются стратегии слияния и поглощения (Porsche, 2011), а также строительство производственных подразделений в странах со стремительными темпами роста (Россия, 2009 г.).

Важное направление инновационного развития – это сокращение расходов. Учитывая спрос на недорогие автомобили на рынках как развивающихся, так и развитых стран, целью проведения инновационной деятельности крупнейших ТНК являются улучшающие технологические инновации, ориентированные на снижение себестоимости единицы продукции. Именно они станут основой конкурентоспособно-

ИННОВАЦИИ КАСАЮТСЯ
УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ДИЗАЙНА, ЭЛЕКТРОТЕХНИКИ
И ЭЛЕКТРОНИКИ,
ТАК КАК ИМЕННО ЭТИМ
ХАРАКТЕРИСТИКАМ УДЕЛЯЮТ
ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ
ПОТРЕБИТЕЛИ МЕГАПОЛИСОВ
И БЫСТРО РАСТУЩИХ РЫНКОВ
АЗИАТСКИХ СТРАН

сти компаний автомобильной промышленности в будущем. Например, корпорация Toyota одной из первых стала рассматривать перспективы развития сегмента малобюджетных автомобилей, уделяя особое внимание новым методам производства, проектирования, выполнения научно-исследовательских работ и организации продаж, что в результате повлияло на снижение цены автомобиля.

Разработки на сторону

Уменьшение расходов в автомобилестроении должно охватывать все этапы выпуска продукции, включая проведе-

ние научно-исследовательских работ и организацию продаж. На стадии проведения научных разработок автомобилестроительные корпорации все чаще создают офшорные центры по осуществлению разработок и привлекают специализированные аутсорсинговые компании, преимущественно из развивающихся стран. Согласно расчетам, в долгосрочной перспективе 15% работ по проведению инновационной деятельности в развивающихся странах позволят снизить расходы в пределах 10–50% от общего бюджета ТНК, предусмотренного на проведение научных разработок.

Окончание в следующем номере

КЭ

Galina A. Bak

Postgrade student

World Economy and International Relationship Institute of the NAS, Kiev, Ukraine

Transnational Corporation Innovational Strategies in the Individual Sectors of the World Economy

Abstract

Basing on the translational corporations' activities analyses in the period of the creation and foundation of the sixth economy system there was revealed a special corporation innovational strategies importance in such economy sectors as pharmaceutical and automotive construction. The most of these strategies are directed to the technological innovations and organizational innovations usage which are strictly connected with the new markets and optimal world economy forms appearance. It is underlined that, the secondary place of the progressive technological innovations in the anti-crisis innovational decisions making by the big transnational companies despite their leadership in the innovations creation.

Key words: transnational corporations, innovational strategies, technological and organizational innovations, marketing-management, market conditions, economic structure.