

АДАПТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ДО УМОВ ІНДУСТРІЇ 4.0.

Моїсеєнко Т. Є.

Національний технічний університет України „Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”
t.e.moiseenko@gmail.com

Транснаціональні корпорації відіграють роль головних гравців у глобальному бізнес просторі. За рахунок масштабу своєї діяльності, структури та стратегії, вони здійснюють суттєвий вплив на соціальні, політичні економічні та екологічні процеси усіх країн, а також світу в цілому. Під контролем ТНК знаходяться цілі окремі товарні ринки, наприклад, 90% світового ринку пшениці, кави, кукурудзи, лісоматеріалів, тютюну, джуту та залізної руди; 85% ринку міді і бокситів; 80% ринку чаю та олова; 75% ринку сирої нафти, натурального каучуку і бананів. Переважна більшість ТНК зосереджена у таких сферах бізнес діяльності, як виробництво комп'ютерів і програмного забезпечення (наприклад, Apple, Microsoft, Intel, Samsung electronics, Qualcomm та інші); машинобудування (наприклад, Volkswagen, Toyota motor, BMW та інші); видобутку нафти і газу (наприклад, Exxon Mobil, PetroChina, Royal Dutch Shell, Chevron та інші); металургії (наприклад, BHP Billiton, Vale, China Shenhua Energy та інші); фармацевтичної продукції (наприклад, KRKA, Pfizer, Novartis, Roche і інші); харчової промисловості (наприклад, Nestle, Coca-Cola, Unilever та інші). Доведено, що ТНК визначають структуру, напрями та темпи розвитку світових ринків товарів та послуг. Дані щодо глобального впливу ТНК відображено у роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, таких, як Макогон Ю. В., Рогач О. І., Руденко Л. В., Сазонець І. Л., Уманців Г. В., Ханін І. Г., Роберт Дж. Фовлер, Р. Крезенці та інші [1].

Корпорації для яких діяльність на світовому ринку є більш пріоритетною за діяльність на внутрішньому ринку країни-базування, у боротьбі за глобальні ринки стикаються з низкою проблем, що впливають на рівень їх конкурентоспроможності та темп розвитку. Основною задачею для них залишається — утримання конкурентних позицій та утримання вектору постійного розвитку.

В умовах сучасного швидкого та безупинного розвитку інформаційного суспільства подолання зазначених перешкод вбачається можливим за рахунок реалізації стратегії використання найбільш актуального та цінного нематеріального активу, а саме — інновацій. Ефективне використання інноваційної складової дозволяє корпораціям отримувати бажані позиції на ринку, підтвердженням цього є суттєві витрати ТНК на здійснення НДДКР, що складають дві третини усіх світових витрат у цьому напрямі згідно даних опублікованих ЮНКТАД у 2018 році, крім того, саме ТНК посідають позиції лідерів у щорічних рейтингах найбільш інноваційних компаній світу, що публікуються відомими у світі виданнями Forbes та The Boston Consulting Group [2, 3].

Рейтинг компаній, що витрачають найбільше на НДДКР щороку публікує видання Fortune [4], позиції лідерів у якому займають представники таких сфер, як автопром (Volkswagen, Toyota); IT-корпорації (Intel, Microsoft, Alphabet, Samsung); медичний сектор (Roche, Novartis, Johnson & Johnson, Merck). На НДДКР такі компанії витрачають від 5% до 20% річної виручки (приблизно 8 — 14 млрд дол. США). У фармацевтичних компаніях витрати на організацію і проведення НДДКР в середньому складають 18% щорічного доходу. Загальновиробничі витрати на НДДКР серед 1000 найбільших світових корпоративних науково-дослідних розробників зросли на 11,4% у 2018 році до 782 млрд дол. США.

Питання інноваційної діяльності корпорацій також активно висвітлюється у роботах наукового співтовариства, а саме Войтко С.В., Гавриш О.А., Федулова Л. І., Друкер П., Брайт Дж., Даннінг ДЖ., Пігу А., Сіркін Г., Такер Г., Фрімен К.

Сучасні тенденції діяльності ТНК свідчать про те, що сьогодні відбулась зміна напряму стратегічного їх мислення щодо інновацій. Раніше інноваційна активність базувалась у материнських компаніях, а тепер у приймаючих країнах. ТНК все частіше почали створювати дослідницькі центри і технологічні парки у країнах, де для цього є необхідні ресурси за оптимальну вартість (наприклад, кваліфіковані кадри, зручна та прогресивна законодавча база, якісна інформаційна інфраструктура та інші необхідні умови).

При цьому, ТНК можуть суттєво змінювати чи поєднувати різні стратегії розвитку від локальних до глобальних, створюючи геостратегічні альянси чи регіональні виробничі мережі, відбувається поглинання місцевих фірм з високим інноваційним потенціалом.

Питома вага інновацій, що припадають на зарубіжні філії ТНК постійно зростає, оскільки корпорації, завдяки особливостям своєї структури можуть використовувати таке перспективне джерело інновацій, як інтелектуальний ресурс, а саме — науково-технічний і кадровий потенціал своїх

закордонних філій. Таким чином корпорація може обрати оптимальні регіони для розташування філій, стимулюючи інноваційні процеси у таких підрозділах у приймаючих країнах, країнах-реципієнтах інвестицій, що спонукає до формування нових стратегічних альянсів, закордонних генераторів знань, що, в свою чергу, формує глобальні інноваційні мережі.

Таким чином, можна припустити, що корпораціям належить головна роль у визначенні інноваційних напрямів розвитку окремих галузей і світової економіки в цілому. Особливо помітно це проявляється в періоди формування нових технологічних укладів, ТНК беруть активну участь в процесі зародження і становлення технологічних хвиль за рахунок своїх широких можливостей. Крім того, розробка стратегій це складний процес, який потребує врахування усіх необхідних факторів впливу та матиме актуальність впродовж запланованого часу.

Стратегія ТНК — це прагнення до утворення мереж внутрішньо фірмових зв'язків регіонального і глобального масштабу, в рамках яких інтегруються наукові дослідження і розробки, матеріальне забезпечення, виробництво, розподіл і збут. Саме сутність інноваційної стратегії корпорації значною мірою характеризує рівень її конкурентоспроможності і спроможності до розвитку. Інновації — невід'ємна частина діяльності ТНК.

Завдяки результативній інноваційній діяльності корпорація Apple випустила сімейство новітніх електронних продуктів та стала однією з найдорожчих компаній світу, була лідером в рейтингу глобальних інноваційних компаній BCG 13 років поспіль, доки у 2019 р. вперше це місце посідає Alphabet.

Procter & Gamble реалізувала інноваційні підходи по концепції використання предметів особистої гігієни і миючих засобів. Toyota постійно удосконалює власну продукцію та випускає на ринок нові моделі автомобілів, удосконалені дизайном та технологіями. Світові фармацевтичні гіганти Roche Holding та Novartis систематично виводять на ринок високоефективні лікарські засоби, інвестують у розробки та дослідження. Основна риса компаній, що потрапили до рейтингу Найбільш інноваційні компанії світу 2019 за версією Агентства The Boston Consulting Group (BCG) — використання штучного інтелекту. Alphabet активно працює з платформами (наприклад, Android) і з екосистемами (співпрацюючи з іншими фірмами в розробці Waymo — технології автономного управління). Amazon також використовує штучний інтелект в роздрібному бізнесі, вперше впровадивши технологію розміщення голосу (Alexa) та платних сервісів (Amazon Web Services). Apple (посідає третє місце у 2019 році) зробила значний внесок у розробку технологій розпізнавання голосу — система Siri, а також запропонувала першокласне віртуальне робоче місце — платформа iOS. Microsoft — перетворився з розробника програмного забезпечення у постачальника платформних та послуг штучного інтелекту. Всі 10 компаній з найвищим рейтингом та інші з топ-50 використовують штучний інтелект, платформи і екосистеми, щоб дозволити собі та іншим створювати і використовувати нові продукти, послуги і способи роботи. McDonald's (№21) алгоритм штучного інтелекту потрібен для обслуговування цифрових меню, які постійно змінюються в залежності від таких факторів, як час доби, день тижня, відвідуваність ресторанів і погода.

Зазначене підтверджує, що для того щоб реалізувати принцип постійного розвитку та вдосконалення ТНК необхідно адаптувати свої інноваційні стратегії до умов сучасного ринку, а отже і індустрії 4.0.

Характерними рисами індустрії 4.0. вважають:

- автоматизоване виробництво, на якому менеджмент процесів відбувається в режимі реального часу і з урахуванням впливу зовнішніх факторів;
- кіберфізичні системи створюють віртуальні копії об'єктів фізичного світу, контролюють фізичні процеси і приймають децентралізовані рішення;
- інтелектуальне виробництво, що здатне об'єднувати усіх суб'єктів в одну мережу, взаємодіяти в режимі реального часу, самоналагоджуватися і самонавчатися;
- пріоритет інтернет-технологій, що забезпечують комунікації між персоналом та машинами;
- підприємства виробляють продукцію відповідно до вимог індивідуального замовника, що оптимізуватиме собівартість виробництва.

Проаналізувавши характерні риси Індустрії 4.0. та приклади інноваційних стратегій найбільш інноваційних корпорацій світу, помітимо, що корпорації намагаються враховувати та реалізовувати. Основний акцент припадає на інновації (штучний інтелект, технології, автоматизація процесів).

При формуванні стратегії варто зосередитись на ключових її аспектах та знайти відповіді на наступні питання:

Натомість підходять продумані відповіді до таких питань:

1. Чим інновація може бути корисною потенційним споживачам?
2. Як компанія буде отримувати частку вартості, створеної її інноваціями?

3. Інновації якого типу дозволяють компанії створювати і отримувати вартість і які ресурси потрібні для кожного типу?

Вважається, що інноваційна діяльність Apple поширюється, насамперед, на високотехнологічні розробки, такі продукти, як смартфони, планшети, комп'ютери, інтернет-сервіси. Насправді, інноваційні ідеї задіяні у всіх сферах діяльності компанії, включаючи її бізнес-модель. Apple досягла суттєвого прогресу 2017 року випустивши навушники AirPods, годинник Apple Watch Series 3, технологію доповненої реальності ARKit і iPhone X. За популярністю і новизною вони досягли рівня iPad 2010 року.

Рівень конкурентоспроможності, розвиток та, загалом, якість ведення бізнесу не завжди залежить від обсягу інвестицій, навіть у НДДКР. Інвестувати в нові розробки можна суттєво, проте гарантувати успіх не здається можливим. Інновації — це продукт реалізації вдалої ідеї, а не результат виключно застосування фінансових ресурсів. Результат значно залежить від компетенції виконавців, менеджменту, нематеріальних ресурсів, часу, рівня злагодженості процесів, якості звітності, обліку витрат на НДДКР. Значна частина підприємств з хорошою динамікою доходів витрачають на НДДКР менше 1% свого прибутку.

Тому, щоб корпораціям досягти успіху при формуванні інноваційних стратегій важливо враховувати тренди закладені Індустрією 4.0 та реалізувати раціональний підхід до інновацій, який би знайшов своє відображення у інноваційній стратегії корпорацій.

Список використаних джерел:

1. Strategy and control in the multinational corporation: Too many recipes?, James H. Taggart. Long Range Planning, Volume 31, Issue 4, August 1998, Pages 571–585
2. Найбільш інноваційні компанії світу 2019 за версією Арендства The Boston Consulting Group (BCG) https://forbes.kz/leader/intellekt_iplatformyi_1559294733/
3. The World's Most Innovative Companies. Forbes 2018 <https://www.forbes.com/innovative-companies/list/#tab:rank>.
4. The 2018 Global innovation 1000 study <https://www.strategyand.pwc.com/gx/en/insights/innovation1000.html#Methodology|VisualTabs2>