

Тема 10. ТНК і їх роль у передачі технологій та підприємницького досвіду

1. Технологія як фактор економічного зростання.
2. Інноваційна стратегія ТНК. ТНК і наукомісткий експорт.
3. Передача інновацій у країни, що розвиваються.
4. Основні методи передачі підприємницького досвіду в системі ТНК.

Основні терміни та поняття:

Міжнародна інноваційна система. Інновація. Технологія. Технологічна інновація. Наукові дослідження та винаходи. «Ноу-хау». Інноваційний процес. Передача технічних знань. Ліцензування. Торгова марка. Патент. Технічні публікації. Державні технічні програми допомоги. Інноваційне проникнення. НДДКР. Науково-технічний прогрес. Інноваційна стратегія ТНК. Наукоємний експорт. Науково-технічний потенціал ТНК. Основні канали передачі технологій. Фактори впливу на стратегію передачі технологій. Прямий і непрямий ефект передачі технологій. Міжнародна передача підприємницького досвіду.

1. Транснаціональна компанія функціонує як міжнародна інноваційна система, яка значно випереджає міжнародне розповсюдження технології. Дійсно, порівняльні переваги ТНК на світових ринках полягають швидше в їх опануванні інноваційними процесами, ніж у їхній фінансовій могутності. Транснаціональні компанії орієнтуються на наукові дослідження, а високий рівень їхнього розвитку зумовлений здатністю створювати і продавати нову продукцію у світовому масштабі.

Технологію як таку потрібно відрізнити від технологічної інновації. Технологія – це основа знання, яке використовується для створення і виробництва нової продукції. Отже, технологія складається швидше з уявлень і задумів про продукцію та її виробництво, ніж самої продукції або виробничих потужностей. За сучасних умов, лише за деякими винятками, джерело нової технології – це наукові дослідження та винаходи, які здійснюються у виробничих, урядових та університетських лабораторіях.

А технологічна інновація – це процес, унаслідок якого дослідження та винаходи перетворюються в технологію, тобто застосовуються у виробництві нової продукції або в удосконаленні застарілої продукції. Інновація охоплює багато видів діяльності, якими зайняті різні групи людей: технічні дослідження і розробки (перетворення досліджень у промислову технологію з допомогою проектування технологічного процесу та виробів, технічних умов, «поступового нарощування» і т.п.), підготовку виробництва (діяльність, необхідну для запуску справжнього виробництва), підготовку маркетингу (діяльність, необхідну для запуску маркетингової програми) і ринкові дослідження (вивчення та визначення ринкових можливостей для нових товарів). Усі ці види діяльності, а також їхні взаємозв'язки, взяті в сукупності, становлять інноваційну систему. Через складність процесу в інноваційній діяльності часто трапляються збої. Багато винаходів не втілюються в технологію, а вже отримана технологія може не використовуватися для вдосконалення виробничих процесів або створення нової продукції, нова ж продукція може не користуватися попитом на ринку.

2. Технологічна інновація може поширюватися з однієї країни в іншу (1) з допомогою передачі технічних знань (ліцензування, торгівлі, технічних публікацій, державних технічних програм допомоги та інших форм співробітництва), які потім «імітуються» в нових виробничих процесах і нових виробках місцевими підприємствами, або (2) через передачу інновації транснаціональними компаніями, які засновують виробництво у країні-реципієнті з допомогою прямих інвестицій.

Перший спосіб інноваційного проникнення залежить від бажання та можливостей громадян цієї держави застосувати імпортовану технологію. У цьому сенсі країни дуже різняться між собою: японські підприємці здатні швидко втілити імпортовану технологію в нові вироби, які часом експортуються навіть у ту країну, звідки надійшла технологія. Всім відомий приклад використання транзисторної технології для створення транзисторного радіо, яке мало найбільший ринок у США, де була розроблена ця оригінальна технологія (більш свіжий приклад – відеомагнітофони). США також використовували європейську технологію для виробництва нових виробів раніше за винахідників. (Практика свідчить, що імітація в Європі спрацьовує повільніше, ніж у Японії або у США. Однак у країнах, що розвиваються, імітація прокладає собі шлях повільно або цілком не діє, бо там бракує спеціалістів з виробничими та управлінськими навичками, які вкрай потрібні для інновацій. Оскільки темпи інновації у світі

прискорюються, відставання в цій галузі (не кажучи вже про цілковиту невдачу) ставить націю у все гірші умови міжнародної конкуренції. Наслідки невдач країни в імітуванні іноземної технології (або створенні своєї власної) можна все таки пом'якшити передачею інновації в межах системи транснаціональних компаній.

Визначна заслуга транснаціональних компаній – це глобалізація всього інноваційного процесу. ТНК здійснюють науково-технічні дослідження та розробки, підготовку виробництва та маркетингу, ринкові дослідження у глобальному масштабі. Таким чином, ТНК долають розрив у рівнях підприємництва, який стримує поширення інновації лише з допомогою імітації (на відміну від невідповідності в рівнях підприємництва між країнами, міжнародна мобільність технічних знань звичайно досить висока).

Транснаціональні компанії засновують виробництво за кордоном переважно з метою завоювання нових ринків або для того, щоб втриматися на ринках, які були створені раніше з допомогою прямого експорту. Тому стратегія міжнародних інвестицій стало зорієнтована ринок; а підставою тут є потенціал іноземного ринку продукції. Якщо регіон інвестування високорозвинений, скажімо, такий, як Західна Європа чи Північна Америка, ліпші можливості для транснаціональних компаній знаходяться в новій продукції, яка імітована місцевими виробниками. Тому з найбільшим обсягом прямих інвестицій США у Західній Європі пов'язані наукомісткі галузі.

Коли транснаціональна компанія засновує виробництво в новій країні, вона не просто дублює домашнє виробництво або те, що існує в третій країні. Тут обов'язково потрібна адаптація до місцевих умов у виробництві, маркетингу або самої продукції. У процесі глобалізації компанії всі елементи її інноваційної системи змінюються під впливом закордонного виробництва. Якщо діяльність компанії має глобальний характер, то транснаціональна інноваційна система передбачає зв'язок науково-дослідних центрів, виробництва та ринків по всьому світу. Потіки інформації стосовно досліджень ринку, технічних досліджень, виробничих та маркетингових програм пов'язують материнську компанію з її філіями та філії між собою, формуючи єдину систему під керівництвом головного центру управління. Отже, кожна філія має доступ як до задіяних факторів виробництва (наукових відкриттів, виробничих та технічних характеристик і т. п.), так і до результатів роботи (нової продукції) всієї системи транснаціональних компаній.

Не всі транснаціональні компанії повністю глобалізували свої інноваційні системи. Багато з них усе ще випробовують нові вироби в Сполучених Штатах, перш ніж виробляти їх за кордоном, зосереджуючи наукові дослідження та розробки в лабораторіях США. Але з часом, коли транснаціональні компанії стають усе більше глобальними, інноваційні функції розширюються, оскільки керівництво отримує вигоду від залучення винахідників з кількох країн та прискореного випуску нової продукції на безліч національних ринків. Унаслідок цього можна очікувати більшого розосередження науково-дослідних центрів цих корпорацій; справді, лабораторії буде швидше перенесено до наукових працівників, ніж деінде (Основними аргументами централізації наукових досліджень та розробок у країні заснування є зручність у координації та уникнення дубляжу. З огляду на значні вдосконалення комунікацій на далекій відстані ці аргументи непереконливі при порівнянні з перевагами децентралізації). Деякі транснаціональні компанії економлять на видатках для науково-дослідних робіт, використовуючи малі та середні виробничі потужності своїх філій для пробних партій нових виробів.

3. Приваблена місткими динамічними ринками, промисловість США здебільшого проникла в Західну Європу та інші економічно розвинені регіони. Але буде помилковим вважати, що транснаціональні компанії не перейшли до технологічної інновації країн, що розвиваються.

Як відзначалося раніше, можливість місцевих підприємств імітувати імпортовану технологію у країнах, що розвиваються, звичайно дуже обмежена, а в деяких випадках фактично відсутня. Тому передача технології в ці країни необхідна, але недостатня умова для інновації. На жаль, пряма передача інновацій також зустрічає багато перешкод у країнах, що розвиваються. Окрім обмежувальної урядової політики, інноваційну передачу особливо стримують два фактори: (1) вузькі, інертні місцеві ринки та (2) відсутність спеціалістів з технічним та управлінським досвідом у промисловості, транспорті, енергетиці, зв'язку та інших галузях. Крім явних обмежень на очікувану реалізацію продукції, вузькі ринки часто вимагають великих видатків на зміну асортименту продукції, дизайну, виробництва та маркетингу. Відсутність виробничого персоналу ускладнює укомплектування нових філій громадянами цієї країни на технічному та управлінському рівнях. До того ж брак місцевих постачальників

комплектуючих, деталей та інших вхідних параметрів виробництва змушує філію або виробляти багато з цих компонентів, або купувати їх за кордоном (якщо дозволить уряд приймаючої країни), або створювати місцеві джерела постачання з допомогою технічного та фінансового сприяння.

Отож, щоб розпочати виробництво в країні, що розвивається, транснаціональні компанії часто змушені укомплектовувати нову філію спеціалістами та менеджерами, відрядженими з материнської компанії або з філій в інших країнах. Такі заходи не тільки дорого коштують, а й можуть провадитися всупереч націоналістичній політиці урядів приймаючих країн. Тому міжнародні компанії намагаються якнайшвидше «націоналізувати» персонал філії, навчаючи його на робітничому, технічному та управлінському рівнях. Значення цих заходів часто не оцінюється належно урядами цих країн та критиками транснаціональних компаній.

Підсумовуючи, відзначимо, що транснаціональні компанії мають переваги на різних національних технологічних рівнях виробництва та збуту нової продукції у глобальному масштабі. І хоча міжнародне виробництво – найважливіший засіб, який використовується ТНК для передачі технології до приймаючих країн, це, по суті, і єдиний засіб. Заснування місцевих науково-дослідних центрів, тренінг та навчання місцевих кадрів, використання місцевих субпідрядників і постачальників, надання можливостей для підвищення кваліфікації в управлінні також сприяють поширенню технології.

Крім того, внутрішньофірмовий обіг продукції (або торгівля) ТНК, ліцензійні та перехресно-ліцензійні угоди з незалежними іноземними країнами поширюють технологію між ними. ТНК можуть також стимулювати інновацію у приймаючих країнах опосередковано, через створення нових товарних ринків (наприклад, ринок інтегральних схем у Європі), заохочення місцевих компаній до змагання (позитивний демонстраційний ефект) та стимулювання місцевих компаній до запровадження нововведень в умовах конкуренції. Темпи інновацій у Західній Європі в 1960-х роках у виробництві комп'ютерів, пластмас, електронних контрольно-вимірювальних приладів, верстатів з числовим програмним управлінням і багатьох інших нових виробів були б значно повільнішими, якби американські компанії там не інвестували. Оскільки Західна Європа – це розвинене індустріальне суспільство, місцеві компанії, зрештою, самі б створили всю цю продукцію, але пізніше, ніж за прямого інвестування американських компаній у Європі. У 1980-х роках європейські та японські міжнародні компанії прискорили темпи інновацій у Сполучених Штатах впровадженням нових виробів, таких, наприклад, як відеомагнітофони.

4. Міжнародна передача підприємницького досвіду – це характерна (унікальна) функція системи транснаціональних компаній. Правління материнської компанії ініціювало поєднання природних ресурсів (землі), капіталу, праці та технологій різних країн у виробництві товарів і послуг з метою продажу на внутрішніх і зовнішніх ринках. Дійсно, значні обсяги капіталу і вся технологія переміщуються в приймаючу країну з допомогою транснаціональних компаній, але передача підприємницького досвіду – це те, що найбільше відрізняє ТНК від інших способів передачі капіталу і технології, таких, як портфельні інвестиції або ліцензування. Коротко кажучи, транснаціональна компанія, про що свідчить і її назва, переміщує підприємництво з однієї країни в іншу.

Ми вже розглядали передачу підприємницького досвіду при розгляді передачі технології, але тоді нашим завданням були технологічні інновації. Відзначалося, що передача технологічних знань (по суті, технології) повинна супроводжуватися передачею підприємницьких навичок і кваліфікації для подолання розриву в рівнях підприємництва.

Міжнародна передача підприємницького досвіду за допомогою транснаціональних компаній не обмежується новими технологіями; вона служить для мобілізації всіх факторів виробництва при освоєнні нових ринків. Головні рішення, що впливають з практичного досвіду підприємництва материнської компанії, містять відповіді на стратегічні запитання, поставлені раніше: Де найкращі ринки у світі? Де необхідно виробляти продукцію, щоб постачати на ці ринки? Де проводити науково-дослідні роботи для створення нових виробів для майбутніх ринків? Де отримати фінансування інвестицій? Де комплектувати персонал технічних працівників і менеджерів для материнської компанії та філій? Інакше кажучи, підприємницькі рішення визначають структуру та еволюцію всієї системи транснаціональних компаній.

Чітко орієнтуючись на зростання корпорації за допомогою інновації, керівництво транснаціональних компаній безперервно шукає нових економічних можливостей. Його «горизонти можливостей» набагато ширші, ніж «домашніх» бізнесменів; вони поширюють свою діяльність на багато країн і регіонів світу. Що видається надзвичайною нагодою для

менеджера транснаціональної компанії, може пройти непоміченим для вітчизняного менеджера цієї ж галузі. Узагалі правління транснаціональної компанії має далеко більше сприятливих можливостей, ніж керівництво однонаціональних підприємств, хоча б тільки тому, що багато шансів з'являється внаслідок відмінностей між національними економіками. Наприклад, конкретний виріб рідко знаходиться на однаковій фазі свого життєвого циклу в усіх країнах. Продукція, якою насичені ринки у США, може бути на стадії піднесення, скажімо, в Західній Європі, навіть не на ринках економічно відсталих країн. До того ж місцева конкуренція може бути дуже жорсткою в одній країні, але помірною в іншій. Крім ринкових відмінностей, правління транснаціональної компанії може отримати вигоду від різниці у видатках у різних країнах, воно може змінити схеми спеціалізації та обміну між філіями, а у більш тривалому періоді можна перемістити з однієї країни в іншу виробництво, науково-дослідні роботи та інші види діяльності.

Розуміння слушності нагоди залежить не тільки від професійності менеджерів, а й від їхнього доступу до інформації про ринки, конкурентів, передову технологію, урядову політику та економічні й політичні умови в цілому. Тому транснаціональні компанії створюють «стратегічні розвідувальні» системи для збору даних з внутрішніх та зовнішніх джерел. Інформаційні системи деяких фірм (наприклад, великих нафтових компаній) кращі, ніж у деяких урядів. Безперервний пошук нових сприятливих можливостей життєво необхідний транснаціональним компаніям.

Усвідомлення економічної можливості саме собою не сформує підприємця. Щоб використати цю можливість належним чином, особа повинна діяти. Також необхідно брати на себе і ризик, який супроводжує інновацію. Транснаціональні компанії вже продемонстрували як готовність, так і здатність ризикувати в усіх країнах світу. Хоча менеджери транснаціональних компаній і мають далеко більше можливостей у своєму розпорядженні, ніж однонаціональні компанії, ризик, відповідно, також більший. Цей ризик у цілому може бути визначений як економічний та політичний. Економічний ризик впливає з непевності стосовно попиту, конкуренції, видатків та інших ринкових умов. Якщо не за рівнем, то за характером він однаковий як для транснаціональної компанії, так і вітчизняної. Але цього не можна сказати про політичний ризик. Для транснаціональної компанії політичний ризик впливає з непевності щодо різного роду політичних подій, таких, як війна, революція, путч, експропріація, оподаткування, девальвація чи ревальвація, валютний контроль та імпорتنі обмеження. Це політичні події (на відміну від економічних), тому що вони є наслідком урядової політики або стосуються політичної влади в державі, хоча на них можуть впливати (або навіть бути причиною) економічні умови. На додаток до економічного ризику інновацій транснаціональні компанії повинні брати на себе ще й політичний ризик при виконанні підприємницьких функцій у світовій економіці. Здатність транснаціональних компаній витримувати такий ризик значно зростає завдяки великим розмірам і фінансовій могутності, розповсюдженню операцій у багатьох країнах і досвідченості в управлінні.