

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.92

Інвестиційні стратегії ТНК в умовах формування сталого розвитку

Бондар Ю.А.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, економіки та права
Кіровоградської льотної академії Національного авіаційного університету

Легінькова Н.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, економіки та права
Кіровоградської льотної академії Національного авіаційного університету

Статтю присвячено діяльності транснаціональних корпорацій, які є невід'ємними учасниками інтеграційних процесів у світовій економіці і найбільшими інвесторами на міжнародному інвестиційному ринку. Розглянуто інвестиційну поведінку ТНК, яка, враховуючи чинник нестійкості, являє собою нову гнучку оперативну систему та набір стратегічних принципів, розроблених для сприяння сталому розвитку бізнесу.

Ключові слова: транснаціональні корпорації, міжнародна діяльність, інвестиційна поведінка, інвестиційна діяльність, корпорація.

Бондарь Ю.А., Легинькова Н.И. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ТНК В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Статья посвящена деятельности транснациональных корпораций, которые являются неотъемлемыми участниками интеграционных процессов в мировой экономике и крупнейшими инвесторами на международном инвестиционном рынке. Рассмотрено инвестиционное поведение ТНК, которая, учитывая фактор неустойчивости, представляет собой новую гибкую оперативную систему и набор стратегических принципов, разработанных для содействия устойчивому развитию бизнеса.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, международная деятельность, инвестиционное поведение, инвестиционная деятельность, корпорация.

Bondar Y.A., Leginkova N.I. INVESTMENT STRATEGIES OF TNCs IN TERMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The article is devoted to the activities of transnational corporations, which are integral participants in the integration processes in the world economy and the largest investors at the international investment market. Examined the investment behaviour of TNCs, which, taking into account the factor of instability, represents a new, flexible operating system and set of strategic principles designed to facilitate sustainable business development.

Keywords: transnational corporations, international activity, investment behavior, investment activity, corporations.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Транснаціональні корпорації (ТНК) відіграють важливу роль у світовій економіці та є важливою складовою частиною економічного розвитку багатьох країн світу. Особливо актуальним є дослідження інвестиційної поведінки діяльності ТНК в умовах формування сталого розвитку. Це пов'язано з тим, що забезпечення сприятливого інвестиційного клімату у світовій економіці залишається питанням стратегічної важливості, від реалізації якого залежать динаміка соціально-економічного розвитку та можливість модерніза-

ції національної економіки будь-якої країни. Саме інвестиційна поведінка ТНК як гнучка оперативна система сприяє сталому розвитку бізнесу та отриманню позитивних фінансових і соціальних результатів у довгостроковій перспективі незалежно від економічних умов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботах різних авторів, присвячених проблемам світового господарства, дослідження в області міжнародних інвестицій та міжнародного бізнесу зустрічається досить часто. Значний внесок у дослідження різних аспектів формування та діяльності ТНК зробили праці

Л. Руденко-Сударєвої [4], В. Оніщенко [4], Дж. Стігліца [7], Р. Крисюк [6], Дж. Касліоне [2], И. Адизес [1], М. Талеб [8] та ін.

Проте низка аспектів даної проблематики потребують подальшого поглибленого дослідження, зокрема в аспекті інвестиційної поведінки діяльності ТНК в умовах сталого розвитку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою цієї статті є дослідження інвестиційної поведінки діяльності ТНК на етапах формування сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтенсивний рух міжнародних потоків інвестиційних ресурсів за одночасного підсилення діяльності ТНК став вирішальним чинником пришвидшення й ущільнення циклічного розвитку. Відповідно, основним каталізатором зростання світового виробництва стають саме транснаціональні корпорації. З одного боку, інвестиційна активність ТНК впливає на структуру економік країн-реципієнтів як у вигляді прямих інвестицій, спільних підприємств, а також як зв'язки з місцевими фірмами, досвід та технології залежно від рівня інвестиційної відкритості країни та міри її використання. З іншого боку, через надмірну лібералізацію і слабку керованість провокує розвиток і поширення кризових явищ і турбулентних станів світової економіки загалом та всіх її суб'єктів зокрема.

Зважаючи на циклічність розвитку глобальних економічних процесів та міграцію потоків транснаціонального капіталу, виникає додаткова потреба у виявленні та науковому обґрунтуванні умов та чинників, що підсилюють взаємозалежність цих процесів.

Одним із найгостріших питань, що знаходяться в полі зору міжнародних компаній, є подолання проблем стримання розвитку під час загострення глобальної фінансової кризи. Хоча криза і вможливує виявлення сильних бізнес-гравців та відсторонює слабших, створює нові можливості, коригуючи колишні звички, вивільняє на раніше стримуєвальну енергію та нищить старі бізнес-моделі, є найсприятливішим періодом для втілення нових ідей, утім, водночас вона, без сумніву, є однією з головних ознак і символів глибокого занепаду економіки. Тому з її настанням економісти всього світу намагаються спрогнозувати, з одного боку, сценарії та форми її розвитку, а з іншого – виявити тенденції можливих ринкових коливань і передбачити процеси управління інвестиційними потоками [3].

Подолати кризу, надовго зберегти та закріпити свої позиції на ринку в складних обста-

винах невизначеності, коли конкурентна боротьба стає дедалі жорсткішою, корпораціям можуть допомогти нові креативні стратегії. Тим не менш, як показують у своїй праці Л. Руденко-Сударєва та В. Оніщенко, спираючись на результати дослідження Roland Berger Strategy Consultants, для багатьох компаній зумовлена зовнішніми чинниками криза стала каталізатором, що вочевидне внутрішні проблеми і помилки, вможливує усвідомлення неминучих змін і виявлення нових можливостей [4]. Для забезпечення майбутнього зростання потрібний цілісний підхід, який передбачає не тільки термінові заходи із забезпечення фінансової стабільності й операційної ефективності, а й розроблення стратегії розвитку, що вимагає рішучих і креативних дій із боку власників і менеджерів. Саме тому початковим кроком на шляху змін має стати трансформація дизайну корпоративної системи управління міжнародними інвестиціями.

Як показує досвід компаній («Нотингем Хауз», КУА «Інеко-Інвест», Bain&Company, McKinsey, BCG, BIG, Bestlog, Roland Berger Strategy Consultants), діагностику системи управління можна здійснити різними аудитами, кожен з яких поряд із перевагами вирізняється можливістю ризиків і вартістю самої процедури та виконується за індивідуальним сценарієм, кінцевим продуктом якого є звіт з описом поточного стану бізнесу компанії, переліками процесів, «вузьких місць», причинно-наслідкових зв'язків і конкретних пропозицій шляхів реалізації змін [4].

Зміни стратегічних орієнтирів корпорацій задля поліпшення їх продуктивності під час глобальних фінансових потрясінь важко проводити без руйнівних конфліктів, які супроводжують більшість спроб організаційних змін. Натомість в основі методології доктора Адієса лежить такий принцип: усі організації як живі організми мають життєвий цикл, стадії якого виявляються мірою зростання і старіння в передбачених повторюваних шаблонах поведінки [1].

Одночасно сучасні тенденції розвитку міжнародного ринку підказують корпоративним менеджерам, як має мінятися використовуваний ними управлінський інструментарій в інвестиційному менеджменті.

Так, на думку Дж. Касліоне, який стверджує, що бізнес, як сучасний авіалайнер: аби не збитися з наміченого курсу, необхідно бути готовим до зустрічі з турбулентністю [2], у тому числі непередбаченою. Компанії, керівники яких розуміють і приймають «нову реаль-

ність» (що, своєю чергою, активізує інстинкт виживання, дає змогу еволюціонувати і змінитися), є сприйнятливим до нових стратегій поведінки, так званих Хаотікс-стратегій (diaotics). Використання таких стратегій веде до того, що чергова нестабільність із високою ймовірністю відкриє нові можливості. У діяльності слабко підготовлених компаній, нездатних швидко переглянути свої стратегічні й операційні принципи, обов'язково виникне хаос, а всі вразливі місця виявляться незахищеними.

Дж. Касліоне зазначає, що нові можливості виникають, коли бізнес здатен робити чіткі і своєчасні дії запобіжного характеру, мобілізувати свою організаційну структуру, щоб успішно протистояти умовам невизначеності та хаосу. Щоб нова реальність не заскочила керівників корпорацій зненацька, він рекомендує взяти на озброєння найсучасніші методи виявлення невизначеності та хаосу, а також виробити моделі поведінки на випадок її проявів [2].

Крім розроблення нового типу мислення, керівники компаній мають перестати покладатися на традиційну стратегію, зорієнтовану лише на два можливі сценарії економічного розвитку («зростання і спад»), безперервно адаптуючи нові стратегії до мінливих умов, або навіть відмовитися від них, коли цього вимагають обставини.

Насправді, головна проблема полягає в тому, що прийняття, адаптація та закріплення стратегій відбуваються в спокійні періоди, тож зрештою компанії виявляються неготовими до прояву невизначеності, коли вона настає. Модель управління, що враховує чинник нестійкості, являє собою нову систему і набір стратегічних принципів, розроблених для сприяння бізнесу в процесі успішного переходу до «нової реальності» й отримання прибутку в довгостроковій перспективі незалежно від економічних умов. Запропонована система Хаотікс-менеджменту має вісім основних компонентів: 1) розроблення системи раннього оповіщення; 2) побудова ключових сценаріїв і стратегій; 3) вибір пріоритетних сценаріїв і стратегій; 4) упровадження системи стратегічної поведінки, в основі якої лежить система управління, що враховує чинник нестійкості; 5) впровадження стратегічних моделей поведінки, в основі яких лежить система маркетингу, що враховує чинник нестійкості; 6) збільшення числа зацікавлених сторін; 7) вирівнювання структури організації; 8) скорочення періодів стратегічного планування та розроблення багатоваріантних сценаріїв розвитку економічної ситуації [2].

Професор Дж. Стігліц вважає, що й американська економіка має враховувати зміни у світі, а також навчитися використовувати важелі регулювання і координації функціонування ринків. Він наголошує: «Тепер нам доведеться провести реконструкцію суспільства, щоб досягти точнішого балансу між роллю держави та ринку. Вищий рівень такої збалансованості може привести до ефективнішої і стабільнішої економіки. Багато американців жили і поки ще живуть у фантастичному світі, створеному в результаті легкого доступу до кредитів, але цього світу більше немає. Жили явно не за коштами» [7].

М. Креймер пропонує корпораціям вибудувати свою діяльність за формулою «капіталізм для всіх» за умов, коли на нього наступають звідусіль, а бізнес дедалі частіше називають головним чиновником соціальних, екологічних та економічних проблем, що процвітає за рахунок суспільства. На його думку, у бізнесі має запанувати «ідея спільних цінностей, згідно з якою разом із виробництвом цінності одночасно створюється і необхідне суспільне благо: задовольняються його потреби або вирішуються його проблеми. Тобто спільні цінності – не те саме, що соціальна відповідальність. Благодійність і навіть сталий розвиток – новий шлях до економічних успіхів. Концепція спільних цінностей приведе до перевероту в діловому світогляді [5].

Як показала економічна криза 2007–2009 рр., гостро постало питання про координацію національних інтересів у міжнародному масштабі.

Дослідницький центр Kauffman Foundation, вказує що за версією Fortune 500 близько половини компаній – агресивних бізнес-лідерів (у тому числі FedEx, CNN і Microsoft) були засновані в періоді економічного спаду чи за часів зниження фондової кон'юнктури, хоча не всі з них спромоглися швидко пристосуватись до ринку. Тобто деяким компаніям доцільно:

1) використовувати агресивну стратегію для донесення своєї цінності;

2) запропонувати новий продукт, який змінить галузь чи вплине на конкурентні позиції компанії;

3) реалізувати найефективніші маркетингові програми [3].

Саме діяльність ТНК та їхніх підрозділів демонструє те, що вибір оптимальної інвестиційної стратегії є критичним для успішної діяльності. Однак, як правило, малі підрозділи зазвичай використовують так званий метод

«органічного зростання», для якого характерні:

1) тестування нових інвестиційних бізнес-ідей шляхом обережного експериментування;

2) регулювання обсягу інвестування у виробництво наявним попитом;

3) інвестиції у нові продукти та напрями бізнесу після отримання додаткового замовлення від наявних партнерів;

4) поява інвестицій у нові напрями бізнесу зумовлюється наявністю незадіяних в основному бізнесі активів, зокрема нерухомості [3].

Однак шлях так званого «органічного зростання» має певні недоліки, зокрема, на відміну від формального стратегічного планування він оминає етап серйозного аналізу змін у зовнішньому середовищі та сильних і слабких сторін компанії і спирається переважно на інтуїтивне уявлення власників про тенденції розвитку ринків. З іншого боку, такий метод із поступовим нарощуванням потужностей та обережним освоєнням нових ринків, як правило, обходиться компанії та її власникам дорожче, оскільки, уникаючи значних інвестиційних ризиків, компанія автоматично підвищує вартість капіталу, яким вона користується. Тому як альтернативу слід розглядати тактику «стрибка», яка передбачає прискорене освоєння інвестицій і швидку реалізацію поставлених завдань у плані розвитку. Порівняння альтернативних фінансових сценаріїв та оцінювання ризиків допоможе менеджерам компанії прийняти зважене рішення стосовно руху міжнародних інвестиційних ресурсів.

М. Портер [6] окреслив стратегію нішової спеціалізації поряд із двома іншими типовими стратегіями – цінового лідерства та продуктової диференціації. Проте утілення стратегій цінового лідерства та продуктової диференціації потребує значного інвестування та неабияких масштабів ведення бізнесу, тому вони переважно притаманні великим ТНК. Водночас окрема спеціалізація може бути успішною і без залучення значного капіталу, якщо компанія сконцентрується саме на її реалізації та вдало скористається своїми конкурентними перевагами: обслуговуванням певного сегмента ринку чи території; пропозицією специфічного вузького асортименту послуг своїм клієнтам за прийнятною, але дещо вищою від конкурентів ціною. Однак із приходом потужних корпорацій найбільше постраждають ті ринки, на яких конкурентна перевага компанії є незначною. До найбільш конкурентовразливих продуктів варто застосувати політику «збирання вершків», тобто пропонувати їх

за доволі високою ціною та інвестувати мінімальні ресурси в їх просування. Отримані завдяки цьому додаткові прибутки треба реінвестувати у виробництво та маркетинг добре захищених, унікальних пропозицій. Така політика вестиме до звуження інвестиційного портфеля, що дасть змогу вивільнити та сконцентрувати ресурси компанії на тих продуктах, які мають перспективу вижити за умов загострення конкурентної боротьби.

Слід зазначити, що в процесі побудови інвестиційних стратегій ТНК ураховують підходи ризик-менеджменту, намагаються протистояти енвайроментальним шокам, мінімізувати фінансові втрати, виконують фінансовий аналіз чутливості ключових показників їхньої інвестиційної привабливості (чиста приведена вартість, внутрішня ставка дохідності, період окупності, точка беззбитковості), проектують майбутні сценарії розвитку, створюють складні моделі стрес-тестування, виконують інтегрований аналіз ризиків методом симуляцій Монте Карло тощо. Втім, за твердженням М. Талеба, 80% проектів не приводять до очікуваного результату. На його думку, необхідно отримувати користь від шоків і стресів за допомогою нової концепції – антикрихкості. На переконання вченого, антикрихкість – зовсім не те, що еластичність, гнучкість чи невразливість. Гнучке або еластичне протистоїть струсу і залишається незмінним; антикрихке, пройшовши випробування, стає кращим за колишнє [8].

Переосмисливши бізнес-модель, продукти і технології за принципами сталого розвитку, корпорації можуть знизити витрати та підвищити доходи. Саме сталий розвиток є провідною стежкою до інноваційності компаній, загальною концепцією стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб і захистом інтересів майбутніх поколінь включно з потребою в безпечному і здоровому довкіллі. Дослідження, проведене Р. Нідумолу, С. Прахаладом та М. Рангасвами [9], показало, що сталий розвиток виступає беззаперечним двигуном організаційних і технологічних інновацій, які зрештою компенсують усі витрачені кошти на їх розроблення та впровадження. Процес генерує додатковий дохід від кращої продукції та дає компаніям змогу створювати нові підприємства. Насправді, ми виявили, що такі цілі корпоративних інновацій трактують сталий розвиток як новий кордон інвестицій. Нині прагнення сталості вже починає трансформувати конкурентне середовище, що змушує компанії

змінювати своє мислення стосовно продуктів, технологій, процесів та бізнес-моделей.

Також слід зазначити, що альтернативним варіантом управління капіталом компанії у період невизначеності, з точки зору Л. Граттон, є: відмова від неефективних витрат; навчання навичкам ефективного ведення діалогів; заохочення експериментів щодо інноваційних управлінських практик розширити поняття лідерства в компанії, різко змінити гендерні пропорції на найвищих рівнях менеджменту, поставити під сумнів логіку ухвалення рішень і застосувати стратегію за принципом «знизу догори», створювати віртуальні команди, зробити пріоритетним упровадження нових технологій для спілкування [3].

Висновки з цього дослідження. Підсумовуючи, можна констатувати, що новітні інвестиційні стратегії міжнародних корпора-

цій спрямовані на розвиток технологій, здатні забезпечити значний економічний ефект і нові бізнес-можливості. Разом із тим орієнтація їх на сталий розвиток стає новим рівнем інвестицій. Така концентрація капіталу надає ТНК глобального статусу в традиційних інститутах глобального регулювання. Саме в умовах невизначеності та хаосу інвестиційна поведінка ТНК перетворюється на гнучку, оперативну систему інструментів, розроблених для сприяння сталому розвитку бізнесу в процесі переходу до економіки творення й отримання позитивних фінансових і соціальних результатів у довгостроковій перспективі незалежно від форс-мажорних економічних умов. Упровадження нових тактик органічного зростання здатне мобілізувати інвестиційну активність для успішного протистояння умов невизначеності та хаосу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Адизес И. Жизненный цикл корпорации: как организации растут и умирают и что с этим делать / И. Адизес // Ассоциации развития менеджмента в странах Центральной и Восточной Европы (СЕЕМАН) : XIII ежегод. междунар. конф. – 2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.adizes.com>.
2. Каслионе Дж.А. Chaotics: искусство управления в эпоху турбулентности / Дж. А. Каслионе // Performance: EY. – 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://performance.ey.com/wp-content/uploads/downloads/2011/10/Chaotics.pdf>.
3. Крисюк Р.В. Міжнародне інвестування в умовах циклічного економічного розвитку : дис. ... канд. ек. наук : спец. 08.00.02 / Р.В. Крисюк. – Київ, 2016. – 294 с.
4. Руденко-Сударєва Л. Формування та імплементація стратегічних орієнтирів антикризового розвитку міжнародних консалтингових компаній / Л. Руденко-Сударєва, В. Оніщенко // Міжнародна економічна політика ; гол. ред. Д.Г. Лук'яненко. – К. : КНЕУ, 2011. – № 14–15. – С. 57–82.
5. Портер М. Конкурентоспособность и социальная ответственность / М. Портер, М. Креймер // Harvard Business Review – Россия. – 2007. – № 3. – С. 73–86.
6. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Междунар. отношения, 1993.
7. Стігліц Дж. Глобалізація та її тягар / Дж. Стігліц. – К. : Академія, 2003. – 252 с.
8. Талеб Н.Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса / Н.Н. Талеб. – М. : Азбука-Аттикус, 2014. – 768 с.
9. Nidumolu R. Why sustainability is now the key driver of innovation / Ram Nidumolu, C.K. Prahalad and M.R. Rangaswami // Harvard Business Review. – 2009. – Sept.