

УДК 334.726

И.А. Петиненко, Н.А. Редчикова, Е.Н. Соболева, М.В. Чиков

ИННОВАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ КРУПНЫХ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ¹

Авторы отмечают, что в условиях глобализации существует необходимость формирования инновационного поведения китайских компаний с целью повышения их конкурентоспособности. Возможности производства инноваций обеспечиваются как государством, так и самими компаниями. Акцентируется внимание на том, что инновационный процесс в корпорациях трудный, противоречивый и проходит ряд этапов в своем развитии. В качестве примера рассматривается развитие инновационного процесса в автомобилестроении Китая.

Ключевые слова: глобализация, китайские компании, инновационная деятельность, автомобилестроение.

Крупные китайские компании оцениваются как активные субъекты мировой экономики. Их деятельность проявляется в экспансии на рынки товаров и услуг, в способности быстрой, гибкой приспособляемости к традициям и обычаям других народов. В 2000 г. они были самыми крупными производителями в трех отраслях – табачной, текстильной и производстве товаров из кожи. Через десять лет Китай стал лидером в производстве одежды, изделий из резины и пластика, металлургии, электрического оборудования и машин [1].

Поразительные успехи китайских компаний имеют свою историю, в которой можно условно выделить два этапа: первый период является довольно продолжительным – 80-е гг. XX в. – 2005 г.; второй этап берет начало от постановки государством в 2006 г. задачи построения в Китае инновационной экономики. Инновационный курс был объявлен новой национальной стратегией. В 2006 г. Госсовет КНР выпустил документ «Инструкции по применению государственных среднесрочной и долгосрочной программ по научному и технологическому развитию на период с 2006-го по 2020 год». Была поставлена цель создания деловой среды, которая способствовала бы появлению независимых инноваций, продвигаемых силами частных компаний. Именно этот документ Роберт Аткинсон, основатель и президент Фонда информационных технологий и инноваций (ITIF) Вашингтонского экспертно-аналитического центра, считает началом китайского «инновационного меркантилизма», который развивается также в России, Индии, Бразилии. В октябре 2010 г. китайские власти сформулировали план развития КНР на 12-ю пятилетку (2011–2015 гг.). В нем приоритет отдавался развитию семи стратегических отраслей, которые в идеале должны полностью поменять структуру экономики Китая:

- технологии «чистой» энергетики;
- новое поколение телекоммуникационного оборудования;

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 12-06-33026 - мол_а_вед.

- биотехнологии;
- высокотехнологичное оборудование;
- новая энергетика;
- новые материалы;
- гибридные и электрические автомобили.

Именно в этих семи отраслях разрыв между Китаем и Западом должен быть ликвидирован в максимально короткое время, а значит, соответствующие технологии оказались в центре внимания китайского государства и частного бизнеса [2].

Д.Й. Лин, анализируя развитие китайской экономики, пишет, что в развитых странах научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР) – единственно возможный путь к инновациям. Но у развивающихся стран, следующих за развитым миром, пространство для маневра больше. Во многих отраслях практикуется импорт технологий, копирование и покупка патентных лицензий [3. С. 34]. У обоих механизмов – НИОКР и заимствование – свои преимущества и недостатки, и конкретные решения нужно принимать, учитывая особенности развития страны. Для Китая импорт технологий из развитых стран, если он возможен, в большинстве случаев предпочтителен, так как китайская экономика идет по пути инноваций быстрее и обходятся они ей дешевле [3. С. 35].

Инновационная деятельность китайских компаний имеет свои особенные характеристики на первом этапе. Китайский рынок являлся дефицитным, основная масса населения имела низкие доходы. В этих условиях все компании – крупные, средние, малые – осуществляли массовый трансфер технологий с целью организации быстрого производства продукции. Трансфер осуществлялся на законодательной прозрачной основе, а также и с применением методов промышленного шпионажа. Широко использовался «обратный инжиниринг» – покупался образец иностранного изделия и на основе его в дальнейшем организовывался процесс массового продукта с целью реализации на национальном и международном рынках. Такое копирование, не всегда качественное, определило и негативный имидж китайских компаний в мировой экономике.

В то же время китайские компании стали производить и достаточно качественную продукцию с использованием иностранных технологий и собственных разработок, в частности Lenovo.

Современный этап функционирования китайских компаний характеризуется переходом к новому качеству производства и реализации продукции с учетом международных стандартов. Инновационная деятельность компаний позволяет добиваться определенных успехов (автомобилестроение, авиационное производство, космическое производство, программное обеспечение и др.).

Трансфер технологий по-прежнему занимает важное место в развитии китайских компаний, но наиболее передовые из них понимают, что в условиях международной конкуренции западные ТНК не будут передавать им высокие технологии. Это ограничение необходимо преодолевать за счет собственной инновационной деятельности, поэтому передовые китайские компании ставят цель – формирование собственных брендов, которые представляются ими на внутреннем рынке и в дальнейшем выводятся на мировые рын-

ки. Китайские менеджеры отличаются последовательностью, кропотливостью в организации данного направления деятельности, понимая, что существует жесткая международная конкуренция. В качестве примера в данном случае может рассматриваться развитие автомобилестроения в мировой экономике, где активность китайских компаний велика.

«Автомобильной промышленности принадлежит ключевая роль в технологическом, социальном и политическом развитии планеты в XX в. В мире в создание автомобилей вовлечено 90 миллионов человек – 5 % всей мировой рабочей силы.

Если автомобилестроение было бы отдельной страной, то она входила бы в десятку самых крупных экономик мира. Каждое дополнительное созданное рабочее место в автомобилестроении приводит к созданию пяти дополнительных рабочих мест в смежных секторах.

– В мире автомобили производят 40 стран. Однако создавать новые модели могут далеко не все.

– Развивающиеся страны все быстрее становятся главными производителями. Причем сложно объяснить, почему это происходит: влияет и рост спроса на автомобили, и дешевизна их производства.

– В 2006–2008 годах в мире производили рекордное количество автомобилей – 70 млн штук в год. В 2009 г., после кризиса их производство упало до 62 млн штук – примерно столько же производилось в 2003–2004 годах. Но уже в 2012 году был побит новый рекорд – 84 млн.

– За последнее десятилетие отрасль росла на 3 % в год. При этом доля США и Японии, на которые приходилось 38 % мирового производства автомобилей в 2001 году, снизилась до 21 % в 2011 году.

– В 2009 году Китай обошел Японию по производству автомобилей, а уже через год он производил в два раза больше, чем сосед.

– В 2009 году развивающиеся страны производили больше автомобилей, чем тройка – Япония, Северная Америка и Западная Европа. С 2001 по 2011 год доля развивающихся стран в производстве автомобилей выросла с 27 до 57 %. Доля стран БРИК за тот же период выросла с 11 до 34 %.

– К 2020 году в мире будет производиться 100 млн автомобилей. Продажи будут расти на 2,5–3,5% в год. Главный вклад в рост внесет Азия» [1].

На рис. 1 можно увидеть современные особенности развития автомобилестроения по регионам и странам мира. Особенно заметным является изменение положения Китая как автопроизводителя.

Автомобилестроение – это глобализирующаяся отрасль, где функционируют глобальные транснациональные компании. В этих условиях получить доступ в отрасль компаниям развивающихся стран колоссально трудно и в основном через притяжение их в цепочки создания ценности, которые формируют глобальные игроки. На рис. 2 видно, что автомобилестроение сегодня – это сложная, высокоорганизованная система, которая представлена глобальным производством как общемировым, региональным производством, национальным и локальным производством. Такая структура отрасли формировалась постепенно в течение XX в. в условиях жесткой конкуренции: в 20-е гг. XX в. между General Motors и Ford, во второй половине XX в. – ме-

жду американскими, европейскими японскими компаниями. В 2000-е гг. в конкурентную борьбу вступают компании Китая, Индии.

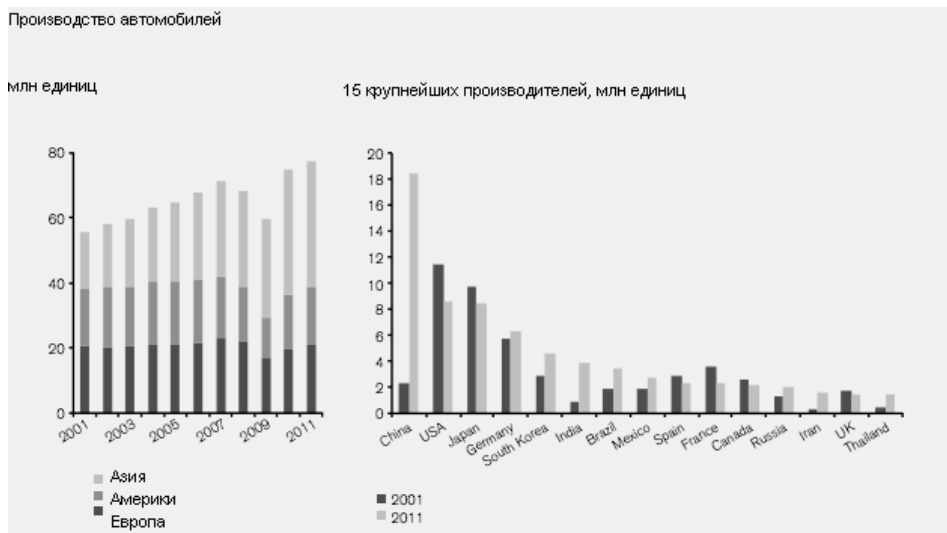


Рис. 1. Развитые страны проигрывают битву за автомобилестроение [1]

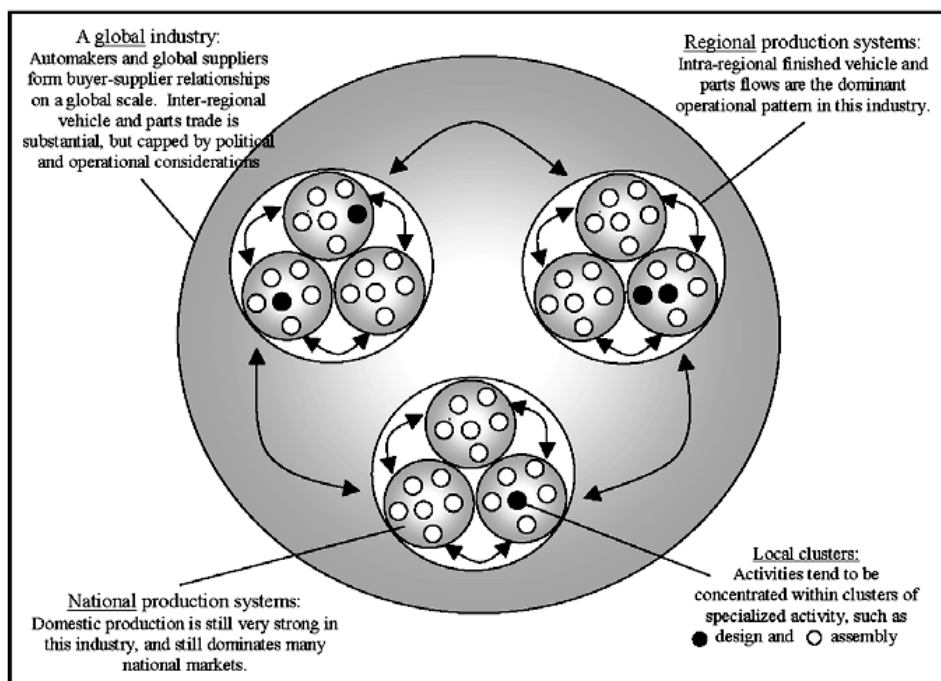


Рис. 2. Сетевая географическая и организационная структура автомобилестроения [4]

Основная борьба за потребителя развивается между американскими и японскими автомобилестроителями. «Самое большое преимущество японского автопрома – это экономичность. Причем эта экономичность проявляется во всем: от организации процесса производства (минимальные издержки, до мелочей продуманы складские запасы, все материалы перерабатываются, основную работу выполняют роботы) до самих машин (дизайн, материалы отделки, двигатель и комплектующие). Да, США сделали первый массовый автомобиль, но Япония сделала современный массовый автомобиль <...> Различия в автомобильной промышленности США и Японии определялись тремя главными причинами. Во-первых, производственные издержки у японских компаний были значительно меньшими, нежели у американских концернов, поэтому японцы смогли обеспечить ту же рентабельность путем продажи меньшего количества автомобилей. Во-вторых, некоторые небольшие японские компании имели солидных партнеров среди финансовых организаций, которые при необходимости могли поддержать их материально. В-третьих, в самой Японии существует много автопроизводителей, между которыми идет серьезная конкурентная борьба» [5].

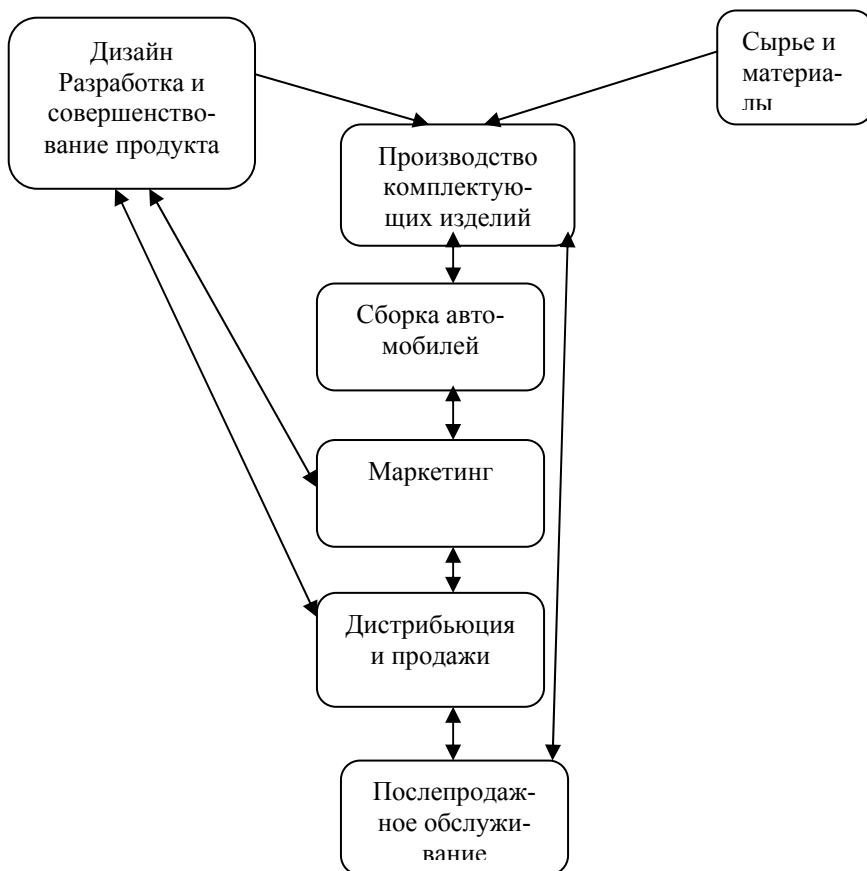


Рис. 3. Простая цепочка создания ценности в автомобилестроении

Практика функционирования автомобильных компаний показывает, что основой их деятельности является качество производимой ими продукции с помощью оптимизации затрат. С этой целью выстраиваются сложные цепочки создания ценности в мировой экономике (рис. 3) [4]. По данному поводу эксперты Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) в ежегодном докладе о мировых инвестициях 2013 г. отмечают, что фрагментация производственных процессов и рассредоточение по разным странам их производств привели к появлению «безграничных» производственных систем. Это могут быть последовательные цепи или сложные сети, их сфера охвата может быть глобальной или региональной, и их обычно называют глобальные производственные системы (ГПС). ГПС, как правило, координируются ТНК, а международная торговля полуфабрикатами и готовой продукцией осуществляется в рамках их сетей филиалов, подрядчиков и независимых поставщиков. На ГПС, координируемые ТНК, приходится примерно 80 % мировой торговли [6].

Национальные границы не могут помешать их функционированию в целом, но могут затормозить проникновение иностранных ТНК в национальную экономику. Автомобильная промышленность является наиболее показательной отраслью со стороны продвижения продукции на иностранные рынки путем локализации производства.

Глобальные автопроизводители, проникая в китайскую экономику, определяли особое место китайских компаний. И это место рассматривалось как относительно низкое в цепочке – это на основе использования «отверточных технологий» сборка указанных глобальной корпорацией моделей. В этих условиях все процессы регулирования цепочкой остаются у иностранной транснациональной корпорации. Начинается процесс трансфера технологий, который постепенно расширялся в китайской экономике на основе деятельности автомобильных транснациональных корпораций: немецких, французских, японских, американских, южнокорейских.

Следующий уровень трансфера технологий проявляется в формировании локализации, когда в развивающихся странах западные ТНК начинают формировать заводы по производству комплектующих, на этой основе оформляются кластеры. Например, «в Китае в провинции Гуандун автомобильный кластер формируется вокруг автосборочных производств, размещаемых японскими компаниями Toyota, Honda и Nissan. Китайское правительство планирует инвестировать 6 млрд долл. в создание и развитие эксклюзивного <индустриального города по производству автокомпонентов>, который уже назван журналистами <китайским Детройтом>» [7]. Исследования деятельности американских компаний показывают, что данный бизнес волнами перемещается за границу. Двум крупнейшим американским производителям запчастей – Visteon и Delphi – принадлежат многочисленные предприятия в Китае и планы расширения [8. С. 294].

Китайский рынок является очень сложным, особенно если учесть тот факт, что для того, чтобы работать в Китае, мировым автопроизводителям приходится сотрудничать с национальными компаниями, часто принадлежащими государству. В автомобилестроении распространены совместные предприятия. Д. Кудеркин, И. Скачков отмечают, что государственное регулиро-

вание автомобильной отрасли в Китае является наиболее протекционистским. Из всех развивающихся стран именно в Китае выдвигались повышенные требования к совместным предприятиям (СП) с зарубежными партнерами:

- Создаваемые СП должны иметь свою собственную базу НИОКР.
- Производимые продукты должны соответствовать международным техническим стандартам.
- СП должны независимо регулировать свои обменно-валютные операции.
- СП должны предпочитать производственные компоненты китайского производства.

– Китайский партнер должен иметь не менее 50 % собственности СП. Последний пункт характерен только для китайских СП. Во всех других развивающихся странах контрольные пакеты создаваемых в автомобильной отрасли СП принадлежат преимущественно иностранным партнерам [7].

Эту особенность развития китайского автомобилестроения отмечает также Т. Фишмен [8].

В настоящее время китайское государство предлагает иностранным автопроизводителям создавать научные центры, что является высоким уровнем участия в цепочке создания ценности, но существует ряд проблем. Главное, что китайские предприятия могут использовать полученные знания самостоятельно, вне транснациональной корпорации. Также необходимы высококвалифицированные китайские кадры, которые могут на равных работать в научных центрах. Влияние и даже участие государства в данных центрах может политизировать деятельность центров. Понимая данные проблемы и их трудную разрешимость, китайские компании под влиянием государства организуют свои научные центры с целью производства собственных научных знаний. По мнению китайских экспертов, это позволит Китаю улучшить его положение в мировой экономике.

Таким образом, китайские компании продолжают повышать свой технологический потенциал на основе использования трансфера технологий, но при этом организуют и собственные научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки на предприятиях с привлечением научных и образовательных учреждений.

Литература

1. Что ждет мировую промышленность в XXI веке [Электронный ресурс] // ФИНМАРКЕТ. Экономика. – URL: <http://www.finmarket.ru/economics/article/3406044> (дата обращения: 24.02.2014).
2. Завадский М. Первоначальное накопление капитала. Китай хочет стать главной технологической державой XXI века [Электронный ресурс] // Эксперт. 26 марта 2012. № 12 (795). – URL: <http://expert.ru/expert/2012/12/pervonachalnoe-nakoplenie-tehnologii/> (дата обращения: 06.12.2012).
3. Лин Д.И. Демистификация китайской экономики: пер. с англ. М. Недоступа / под науч. ред. А. Куряева. М.: Мысль, 2013. 384 с.
4. Globalisation of the automotive industry: main features and trends [Electronic recourse] / T.J. Sturgeon [et al.] / J. Technological Learning, Innovation and Development, 2009. Vol. 2, Nos. 1/2. P. 7–24. – URL: http://www.cggc.duke.edu/pdfs/IJTLID_Globalizationofautoindustry_Sturgeon_2009.pdf (access date: 02.12.2008).
5. Василенков С. США и Япония: мирные войны из-за авто [Электронный ресурс] // pravda.ru. 20.03.2013 г. – URL: <http://www.pravda.ru/world/restofworld/20-03-2013/1149070-usa-0/?mode=> (дата обращения: 02.09.2013).
6. Глобальные производственные системы: инвестиции и торговля в интересах развития [Электронный ресурс]: Доклад о мировых инвестициях 2013. Обзор // Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию. Нью-Йорк и Женева, 2012. – URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013overview_ru.pdf (дата обращения: 02.02.2014).

7. Кудеркин Д., Скачков И. Интеграция развивающихся стран в мировое автомобилестроение [Электронный ресурс] // Корпоративный менеджмент. URL: <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-7/10.shtml> (дата обращения: 02.02.2014).

8. Фишмен Т. Китай Inc. Восход сверхмощного глобального конкурента: пер. с англ. М.: Эксмо, 2007. 448 с.

Petinenko Irina A. Chair of World Economics and Taxation, Department of Economics, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russia).

Redchikova Natalia A. Chair of Economics and Agribusiness, School of Biology, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russia).

Soboleva Ekaterina N. Chair of Economics, School of Social and Humanitarian Technologies, National Research Tomsk Polytechnic University (Tomsk, Russia).

Chikov Michael V. Chair of General and Applied Economics, Department of Economics, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russia).

INNOVATION POLICIES OF LARGE CHINESE COMPANIES UNDER CONDITIONS OF GLOBALIZATION.

Key words: globalization, Chinese companies, innovative activity, automotive.

The authors note that in the conditions of globalization there is a need for Chinese companies to develop innovative policies in order to increase their competitiveness. Large Chinese companies are valued as active players in the world economy. Their activities can be seen in their expansion to the goods and services market, as well as in their talent to quickly adapt to the traditions and customs of other nations. The capability to introduce innovation is provided by both the government and the companies themselves. Attention is drawn to the fact that the innovation process in corporations is difficult and controversial. The striking successes of Chinese companies have their own history, which can be divided into two stages: the first period is quite long – from the 1980s until 2005. All companies, large, medium, and small, carried out a massive technology transfer with the goal of organizing fast methods of production. The transfer was carried out on a legal basis, as well as using methods of industrial espionage. The second stage starts in 2006 when the state put forth the task of building an innovative economy in China. Leading Chinese companies have set a goal of creating their own brands, which are presented by them on the domestic market and later will be introduced to the world market. As an example, the authors examine the development of the innovation process in the automotive industry of China. The automotive industry is a sector in which global multinational companies operate. In these conditions, gaining access to the industry is difficult for companies in developing countries and is done mainly through their attraction to the value chain, which is formed by global players. This place on the chain was seen as relatively low by an assembly of models specified by global corporations, based on the use of outdated technologies. In these conditions, all of the chain's regulatory processes are left to foreign transnational corporations. The next level of technology transfer is manifested in the creation of localization, which is when western transnational corporations begin forming factories in developing countries to produce components, and on this basis clusters are formed. Chinese automakers are starting to participate in the joint creation of research centers with foreign companies, which is considered to be a high level of participation on the value chain.

References

1. Chto zhdet mirovuyu promyshlennost' v XXI veke [Elektronnyy resurs] // FINMARKET. Ekonomika. – URL: <http://www.finmarket.ru/economics/article/3406044> (data obrascheniya: 24.02.2014).
2. Zavodskiy M. Pervonachal'noe nakoplenie kapitala. Kitay chochet stat' glavnoy tehnologicheskoy derzhavoy XXI veka [Elektronnyy resurs] // Ekspert. 26 marta 2012. № 12 (795). –URL: <http://expert.ru/expert/2012/12/pervonachalnoe-nakoplenie-tehnologij/> (data obrascheniya: 06.12.2012).
3. Lin D.Y. Demistifikaziya kitayskoy ekonomiki: per. s angl. M. Nedostupa / pod nauch. red. A. Kuryaeva. M.: Mysl', 2013. 384 s.
4. Globalisation of the automotive industry: main features and trends [Electronic recourse] / T.J. Sturgeon [et al.] / J. Technological Learning, Innovation and Development, 2009. Vol. 2, Nos. 1/2. P. 7–24. – URL: http://www.cgsc.duke.edu/pdfs/IJTLID_Globalizationofautoindustry_Sturgeon_2009.pdf (access date: 02.12.2008).
5. Vasilenkov S. SShA i Yaponiya: mirnye voyny iz-za avto [Elektronnyy resurs] // pravda.ru. 20.03.2013 g. – URL: [http://www.pravda.ru/world/restofworld/20-03-2013/1149070-usa-0/?mode=\(data obrascheniya: 02.09.2013\)](http://www.pravda.ru/world/restofworld/20-03-2013/1149070-usa-0/?mode=(data obrascheniya: 02.09.2013)).

6. *Global'nye proizvodstvennye sistemy: investizii i trgovlya v interesach razvitiya* [Elektronnyy resurs] / Doklad o mirovyykh investitsiyakh 2013. Obzor // Konferentsiya Organizatsii Ob'edinennykh Natsiy po trgovle i razvitiyu. N'yu-York i Zheneva, 2012. – URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013overview_ru.pdf (data obrascheniya: 02.02.2014).

7. *Kuderkin D., Skachkov I. Integraziya razvivayuschichsya stran v mirovoe avtomobilstroenie* [Elektronnyy resurs] // Korporativnyy menedzhment. URL: <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-7/10.shtml> (data obrascheniya: 02.02.2014).

8. *Fishmen T. Kitay Inc. Voschod sverchmoschnogo global'nogo konkurenta*: per. s angl. M.: Eksmo, 2007. 448 s.