

Казанцева Елена Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой экономической теории Кемеровского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета, т.: 8(3842)754398.

**СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ
В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ**
(рецензирована)

В работе рассмотрены специфические особенности развития олигополистических компаний в условиях глобализации. Основной акцент сделан на диверсификации их деятельности.

Ключевые слова: глобализация, олигополистическая компания, ТНК, диверсификация.

Kazantseva Elena Gennadjevna, Candidate of Economics, associate professor, head of the Department of Economic Theory of Kemerovo Institute (Branch) of the Russian State Trade-Economic University, tel.: 8 (3842) 754398.

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF OLIGIPOLIES IN THE GLOBAL ECONOMY

The paper discusses specific features of oligopolistic firms in a globalizing world. Diversifying their activities has been emphasized.

Key words: globalization, oligopolistic company, TOK, diversification.

В последние десятилетия усиливается глобализация экономических отношений, которая приводит к формированию факторов, оказывающих ключевое влияние на процессы социально-экономического развития в планетарном масштабе. К их числу относятся государства стран центра, ведущие международные организации и крупнейшие ТНК. Целью данной работы является анализ особенностей функционирования крупнейших олигополистических корпораций, связанных с изменением характера их деятельности и роли в системе мирового воспроизводства.

За последние десятилетия существенно укрепилась власть ТНК, наиболее влиятельные из которых являются глобальными олигополистами. Крупный бизнес продолжает максимизировать собственный рост, сохраняя или расширяя долю рынка, одновременно осуществляя инвестиции, необходимые для снижения издержек производства. После того как рынок достиг зрелости, на нем формируется олигополия со стабильными долями производителей. Резко увеличить долю рынка можно только в тех секторах, которые еще складываются или проходят восходящую стадию своего развития. В этих условиях стратегией роста является экспансия в новые, быстро растущие отрасли и уход из старых, относительно застойных.

Большинство олигополистов следуют глобальной стратегии развития, для которой характерно системное видение рынков и конкурентов; контроль своих операций в мировом масштабе; использование преимуществ социально-экономической ситуации многих государств; координация деятельности с помощью современных информационных технологий. Глобальный подход часто встречается в гражданском авиастроении, автомобильной, телекоммуникационной и некоторых других олигополистических отраслях.

Следует отметить, что в современных условиях мировой рынок развивается под влиянием не только глобализации, но и регионализации. Региональный уровень становится объектом борьбы за сферу влияния международных олигополистических структур. Регионы становятся местом переплетения явлений глобальности и локальности (глокализации). Глокализация в рамках региона способствует формированию олигополистических структур, которые в будущем смогут проникать в экономики стран и других региональных объединений. Она действует как защитная мера для олигополистов в период становления.

В процессе развития олигополистов захват новых рынков будет сближать региональные союзы, укрупняя и увеличивая взаимодействие различных регионов мира. Глобальные олигополисты в начале своего развития следуют региональным стратегиям проникновения, а по мере укрепления экономической мощи переходят к глобальным стратегиям.

В условиях глобализации лидерство олигополистов обеспечивается деятельностью на стратегически важных рынках трех индустриальных центров мира: Северной Америке, Европе и Японии. Масштабы накопления капитала вынуждают его мигрировать в поисках более высокой нормы

прибыли по разным отраслям и странам. Е.Ф. Авдокушин отмечает, что в условиях глобализации экономики создаваемая стоимость продуктов международного сотрудничества все более интернационализируется. Организация производства стоимостной цепочки в ходе создания международного продукта осуществляется через сетевую структуру международного производственного кооперирования, которая способствует появлению международного продукта как синтезированной интернациональной стоимости посредством интеграции производственно-технических усилий многих производителей разных стран мира. Глобальная стоимость «нарезается» на все более тонкие «ломтики», звенья, созданные глубоко специализированными производителями. [1, с. 165-166] Так, к концу 1990-х годов 30% стоимости среднего «американского автомобиля» создавалось в Южной Корее, 17,5% в Японии, 7,5% в Германии, 4% – на Тайване и в Сингапуре, 2,5% – в Англии, 1,5% – в Ирландии, 37,5% – непосредственно в США. [2, с. 13] Процесс изготовления конечного продукта фрагментируется, он предстает как результат глобальной цепочки добавленной стоимости.

Олигополисты включают в цепочки добавленной стоимости и предоставление разнообразных услуг по эксплуатации и ремонту уже произведенных и проданных товаров. Эта стратегия получила название стратегии «нисходящих» цепочек добавленной стоимости. Например, в гражданском машиностроении «нисходящая» цепочка добавленной стоимости включает следующие элементы: сборка самолета, продажа и доставка потребителю, снабжение запасными частями и модернизация; финансирование и лизинг, ремонт, поставка питания, обновление салона самолета и его перепродажа, логистика, обучение пилотов. [3, с. 49] Переориентация олигополистических структур на сектор услуг отражает, растущую общую роль услуг в экономике. На долю этого сектора приходится 72% ВВП в развитых странах, 52% в развивающихся странах и 57% в странах Центральной и Восточной Европы. [4, с. 24-25]

Глобальные олигополисты проявляют интерес и к освоению природных ресурсов развивающихся стран, который объясняется следующими причинами: необходимость получения контроля над ресурсными базами для обеспечения стратегических потребностей страны базирования в энергоносителях или других минеральных продуктах; стремление воспользоваться разницей в издержках производства между странами; приобретение стратегических активов; доступ к технологиям. За счет зарубежных инвестиций США, например, получают все импортируемые фосфаты, медь, олово, 75% марганцевой и железной руды; Япония – 40% бокситов, 50% никеля, 60% медной руды. [5] Вывоз сырья из менее развитых стран и ввоз в них промышленной и информационной продукции весьма выгоден: если продажа на мировом рынке 1 кг сырой нефти приносит 2-2,5 цента прибыли, то 1 кг бытовой техники дает 50 долларов, 1 кг авиационной техники – 1000 долларов, а 1 кг электроники и информационной техники – до 5000 долларов. [6, с. 7] Страны ядра, таким образом, проводят неэквивалентный экономический обмен, при котором страны периферии вынуждены оплачивать интеллектуальную ренту, содержащуюся в импортируемых товарах и услугах, за счет природной ренты и затрат труда, содержащихся в экспортируемых сырьевых и низкотехнологических товарах.

Инвестиции в природные ресурсы часто носят «анклавный» характер. Страна получает необходимый с капитал, но почти не видит других выгод – в виде новых технологий, новых рынков, роста человеческого капитала, которые обычно обеспечивают инвестиции в производство. Во многих случаях экономическая деятельность, связанная с такими инвестициями, базируется в сравнительно удаленных регионах, вдали от других центров экономической активности.

Диверсификация деятельности проявляется и в форме пространственной диверсификации, заключающейся как в стремлении занять прочные позиции как в странах центра, так и в выносе производств в развивающиеся страны. К. Кодзима подвергает осуждению «американский олигополистический тип» инвестиций, когда капитал направляется из наиболее конкурентоспособных отраслей американской экономики в другие страны, подавляет местных конкурентов и препятствует развитию международной торговли, а также такой тип, когда прямые инвестиции связаны со стремлением преодолеть торговые барьеры и они не снижают издержки производства в принимающей стране ниже цены экспорта из государства-инвестора. Им одобряются инвестиции из менее конкурентоспособных отраслей инвестирующего государства в более конкурентоспособные в принимающей стране или внутри- и межотраслевое перекрестное инвестирование, приводящее к экономии реальных ресурсов, росту горизонтальной торговли изделиями обрабатывающей промышленности и более высокому национальному благосостоянию обеих стран. [7, с. 143]

П. Друкер оправдывает стратегии выноса производств в развивающиеся страны. Он считает, что потенциал традиционных отраслей, которые лежали в основе экономического роста и развития в течение последних двадцати лет, может максимально раскрыться в бедных развивающихся странах. В этих странах металлургическая, фармацевтическая, электронная, пищевая и многие другие отрасли все еще остаются

отраслями роста. Здесь они могут стать основными отраслями роста, поскольку их можно развить путем импорта технологии, маркетинговых планов и менеджмента. [8, с. 93] Автор считает, что уже только по этой причине мы должны растить и лелеять многонациональные корпорации. В позиции данного автора просматривается чрезмерно лояльное отношение к крупнейшим ТНК, вуалируются негативные черты их деятельности.

Когда глобальные олигополисты охватывают полные производственные циклы, то их ядро, расположенное в странах центра, становится центром принятия стратегических решений, административным центром, зоной научно-технических исследований, а филиалы, расположенные в странах периферии и полупериферии являются в основном исполнительской зоной, зоной предметно-вещественной деятельности. В зону «материального производства» и перемещается промышленность, которая постепенно утрачивает характер исключительно ядровой деятельности. Однако, индустриализация полупериферии и периферии не подорвала иерархию современной мирсистемы. Индустриализация полупериферии связана с падением абсолютной или относительной роли промышленности. То, что представляется развитием полупериферии, на самом деле – периферизация промышленной деятельности. [9, с. 85]

Перераспределение производственной и непроизводственной деятельности олигополистов в сторону последней наблюдается начиная с конца XX века. Г. Минс и Д. Шрайдер называют данное явление «декапитализацией», проявляющейся в отказе от производственной и сосредоточении на финансовой деятельности, владении торговыми марками и пр.

Особо следует выделить стремление олигополистов концентрировать в своих руках владение брендами. Модель самостоятельного производства продукции собственных марок трансформируется в модель бизнеса, ориентированную на владение брендом. Крупнейшие компании смещают производство деталей и узлов в сторону внешних структур, проявляя все больший интерес к инвестициям в дистрибуцию и развитие дилерской сети. Возможно, что в перспективе реализуется предположение американского экономиста В. Салеры о том, что в будущем взаимоотношения в области международного бизнеса в большей мере будут основываться на контрактах, чем на владении, причем эти контракты будут периодически пересматриваться в свете изменения отношений между правительствами стран, которым принадлежат данные компании». В стремлении увеличить прирост доходности капитала и сконцентрировать усилия на основной деятельности стратегия брендкомпаний заключается в передаче составляющих производственного процесса, связанных с физическим капиталом, внешним структурам. Компании при этом могут быть подразделены на две группы: те, что владеют брендом, и те, что группируются вокруг брендкомпаний, образуя сети внешних структур. Бренд-компании передают внешним структурам производство деталей, системы материального производства, крупные участки окончательной сборки патентованных изделий и бренд-продукции. Основное внимание бренд-компании уделяют потребителям – пониманию их требований и потребностей, разработке и запуску в производство продукции и услуг, соответствующих этим требованиям. Внешние сети предоставляют брендкомпаниям цепочки поставщик-потребитель, цепочки спрос-предложение, а также различные услуги, такие как обработка финансовой информации, учет, технологические сервисы, подбор персонала.

Короче говоря, крупные производители становятся системными интеграторами отдельно производимых узлов. Во многих случаях они могут вообще ничего не изготавливать, готовая продукция при этом поставляется сетью внешних структур в их центры заказа или напрямую потребителям. Перекалывание производства и связанных с ним производственных процессов на сеть внешних структур высвобождает огромный капитал, который может быть направлен на разработку брендов, привлечение потребителя, управление снабженческой сетью и другие процессы, обеспечивающие лидерство в отрасли. [10, с. 32-34] М. Кастельс отмечает, что в крайнем виде данное явление носит название «полой корпорации», специализированной на посредничестве между финансированием, производством и рыночными продажами, на базе установленной торговой марки или индустриального имиджа.

В условиях глобализации экономики наблюдается "виртуализация" экономической деятельности олигополистов, проявляющаяся в растущем преобладании финансовых операций над производственными, формировании технологий глобального управления, создающих феномен геоэкономических рентных платежей, "двуслойность" экономической среды и стремительное распространение процессов олигополизации в международном масштабе.

Ряд ученых (С. Амин, А. Мовсесян, Л. Черникова и др.) использует для обозначения процесса смещения производственной деятельности в пользу финансовой термин «финансиаризация». В результате субъекты реальной экономики становятся участниками фондовых спекуляций, трансформируя производительный и торговый капитал в финансовый, а

производители (продавцы), не являясь банковскими организациями, берут на себя традиционно банковские функции и кредитуют клиентов на рынках В2С (бизнес для потребителей) и 2В (бизнес для бизнеса).

Финансиаризации деятельности олигополистов способствует развитие мировых рынков капиталов и информационных технологий, позволяющих в короткие сроки перемещать капиталы с минимумом транзакционных издержек. Широкое распространение финансовых технологий, обеспечивающих возрастание капитала в отрыве от развития реального сектора экономики, привело к тому, что в последние 20 лет финансовая сфера превратилась в ведущий сектор американской, а вслед за ней и мировой экономики.

Финансиаризация позволяет глобальным олигополистам поддерживать собственное благополучие за счет других субъектов глобальной экономики. Приведем пример выкачивания финансовых ресурсов глобальными компаниями из развивающихся стран, рассмотренный М.Г. Делягиным. В начале кризиса глобальной экономики, в 1997-1999 годах беспрецедентный разгул спекулятивных капиталов обрушился на наиболее успешные из развивающихся стран с относительно открытыми экономиками и опустошил их финансовые рынки, приведя к череде девальваций. Результат – качественное усиление влияния глобальных монополий, которые сначала высосали финансовые ресурсы жертв кризиса, а потом использовали эти же деньги для установления контроля за их экономиками. [11, с. 175]

Подводя итоги, отметим, что глобальные олигополисты эффективно используют преимущества своего положения: возможность значительного расширения рынков, обход таможенных и других торговых барьеров; доступ к зарубежным факторам производства (природным, трудовым, технологическим и т.п.); использование преимуществ, связанных с различиями в деловом цикле, экономической политике, уровне налогов, темпах инфляции, технических стандартах, в стабильности валют и т.п.

Формирование внутри- и межсистемных связей приводит к появлению синергетического эффекта и повышает эффективность деятельности олигополистов вследствие продвижения продукции на новые рынки, освоения принципиально новых отраслей и технологий, улучшающих ход воспроизводственного процесса, а также за счет оптимального сочетания условий экономической деятельности в различных регионах.

Литература:

1. Авдокушин Е.Ф. Международное производство – основа новой экономики// Новая экономика / под ред. Е.Ф. Авдокушина, В.С Сизова. М.: Магистр, 2009. 543 с.
2. Шишков Ю.В. Интернационализация производства – новый этап развития мировой экономики. М.: ИМЭМО РАН, 2009. 92 с.
3. Модернизация российской экономики: структурный потенциал / отв. ред. Н.И. Иванова. М.: ИМЭМО РАН, 2010. 228 с.
4. Черников Г.П. Очень крупные транснациональные корпорации и современный мир. М.: Экономика, 2008. 399 с.
5. «Зеркало Недели» – общественно-политический еженедельник. URL: <http://www.zerkalonedeli.com>.
6. На пороге XXI века: доклад о мировом развитии 1999/2000 года. М.: Весь мир, 2000.
7. Бузуев А.В. Международные монополии: новое в борьбе за рынки. М.: Международные отношения, 1998. 247 с.
8. Друкер П. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества. М.: И.Д. Вильямс, 2007. 336 с.
9. Фурсов А.И. Полупериферия современной мир-системы – источник разочарований и надежд // Глобальные и региональные проблемы в работах И. Валлерстайна: реферат. сб. М.: ИНИОН РАН, 1998. 234 с.
10. Минс Г., Шнайдер Д. Метакapитализм и революция в электронном бизнесе: какими будут компании и рынки в XXI веке. М.: Альпина Паблишер, 2001. 280 с.
11. Делягин М.Г. Драйв человечества. Глобализация и мировой кризис. М.: Вече, 2008. 528 с.