

МАРКЕТИНГОВІ ВИТРАТИ ТА ВИТРАТИ НА НДДКР ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ СУЧАСНОСТІ

Теоретичні дослідження авторами праць склали першопочаткову базу функціонування та розширення транснаціональних корпорацій заснованих на розкритті та використанні специфічних можливостей. Даний елемент будується на основі технологічних досягнень та розширенні внутрішніх специфічних умов розвитку. Технологічне оснащення дозволяє прискорювати обіг ПП при постійному відновленні та вповільнювати при певній стагнації [1-4], являючись необхідністю при географічній диверсифікації на зовнішніх ринках. Однак, географічна диверсифікації на нові ринки підпорядковується одночасно «допоміжним емпіричним припущенням», котрі виділялись Едіт Пенроуз. Будівання системи ТНК на основі маркетингових стратегічних рішень це невід'ємна частина передування над національними компаніями. Внаслідок того, що НДДКР, як складова, не може самостійно забезпечити достатні конкурентні переваги. Постійна кооперація між двома складовими дозволяє при однакових інноваційно-технічних оснащеннях збільшувати прибуток та охоплення ринку за посередництвом маркетингу [1-4].

Транснаціональні корпорації від року в рік збільшують щорічні вкладення в маркетинг. Значні зрушення відзначаються з 2009 року, коли маркетингові бюджетні витрати ТНК залишалися відносно постійними з точки зору стабільного зростання в порівнянні з попереднім роком. У 2017 році в порівнянні з 2016 роком відбулось зростання загальних річних вкладень в маркетинг з 1 388,6 млрд. дол. США до 2 022,1 млрд. дол. США [5]. В той час як, маркетингові витрати ТНК як частка від загального бюджету корпорацій залишилися ще більш послідовними. В середньому маркетингові витрати від річного доходу коливались від 4% до 8%.

За статистичними даними варто зазначити, що у 2017 році за звітом опублікованим наприкінці 2018 року очолювачем витрат на маркетингову складову являється Samsung з розміром в 11,2 млрд. дол. Наступними в рейтинговій таблиці власне є три корпорації, представники фармацевтичної сфери: Procter & Gamble Co., L'Oréal, Unilever. Зростання витрат на рекламні послуги фармацевтичними компаніями досить логічне, це пов'язано з широким асортиментом продукції та постійною боротьбою за місце на ринку. Така тенденція підтверджується кількістю компаній, котрі мають найбільші вкладання в маркетингові витрати (14 ТНК) з сумарними витратами в 51,6 млрд. Це складає близько 18,5% від загальних витрат на маркетинг.

Останнє значне зростання витрат на маркетинг корпорацією Samsung у 2017 році свідчить про тенденцію технологічних брендів щодо розширення маркетингових стратегічних аспектів. Дане зростання обумовлено намаганнями компаній маркетинговими кроками подолати проблему негативних наслідків преси. За даним критерієм можливо оцінити й компанію Apple, щодо використання маркетингу як захисного проекту.

Тим не менш, тенденція до зростання маркетингових витрат несумісна як окрема складова зростання ТНК. Внаслідок цього цікавим елементом можливо вважати порівняння витрат ТНК на маркетинг та на НДДКР за 2017 рік. Частка витрат на НДДКР від річного доходу досліджених корпорацій у 2017 році в середньому складає 7,5% в протизага витратам на маркетинг в середньому, котрі складають від річного доходу 2,8%. Це свідчить про важливість інвестування власних коштів в НДДКР, задля створення та вдосконалення продукції заради підтримання ринкового місця. Цікавою тенденцією є те, що корпорації з більш низьким річним доходом більше відраховують на дослідження та розробку, що складає до 13% від доходу в середньому. В той час, як «гіганти дохідності» вкладають в НДДКР усього лиш до 4% від річного доходу. Проте в фактичних значеннях «дохідні гіганти» не поступаються, знаходячись приблизно на одному рівні (Toyota Motor Corporation - 10 млрд. дол., а Johnson & Johnson - 10,6 млрд. дол.

Порівняння часток витрат на НДДКР та маркетинг ТНК у 2017 році

ТНК	НДДКР, %	Річний дохід, млрд. дол., США	Маркетинг, %
Amazon.com, Inc.	9,7	232,8	2
Volkswagen Aktiengesellschaft	6,8	230,7	2
Samsung Electronics Co., Ltd	7	218,17	5
Toyota Motor Corporation	3,8	264,4	1
Ford Motor Company	5	160,3	2
Johnson & Johnson	13	81,5	2

Джерело: складено автором за даними [5-7].

Звідси випливає, необхідність перегляду сучасних стратегій деяких корпорацій для подальшого покращення показників. Наприклад, корпорація Johnson & Johnson потребує збалансованого розподілення фінансових ресурсів компанії, оскільки існує значний дисбаланс на витрати щодо двох основних компонентів створення специфічних можливостей розширення ТНК.

Таким чином, фактичні показники підтверджують теоретичну основу збалансування методів розширення посередництвом створення фонду для витрат на НДДКР та маркетинг у поєднанні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Yakubovskiy S., Rodionova T., Derkach T. (2019) Impact of foreign investment income on external positions of emerging markets economies. *Journal Transition Studies Review*, Vol. 26, No 1: 81-91. Doi: <https://doi.org/10.14665/1614-4007-26-1-005>.
2. Yakubovskiy S. A. Modern dominants of the transnationalization of international business // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2018. – Т. 23 Вип. 1 (66). – С. 12-16. http://visnyk-onu.od.ua/journal/2018_23_1/4.pdf
3. Globalization, Development, and History in the Work of Edith Penrose. // Christos N. Pitelis [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/231869464_Globalization_Development_and_History_in_the_Work_of_Edith_Penrose
4. The Impact of MNCs' R&D Centers Aggregation Level on Regional Innovation Capability // Gege Xiong [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/394/4/042030/pdf>
5. Офіційний сайт «AdAge». Статистичні показники витрат на маркетинг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://adage.com/help/datacenter?msg=You+must+be+a+DataCenter+Subscriber+to+access+this+file>
6. The Global Innovation 1000 study, «PwC» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.strategyand.pwc.com/innovation1000#GlobalKeyFindingsTabs1|VisualTabs1>
7. Офіційний сайт «Fortune». Рейтингові показники «Fortune 500» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://fortune.com/fortune500/>