

В.М. Троян

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОРПОРАЦІЇ MITSUBISHI (МІЦУБІСІ)



Корпорація Mitsubishi — найбільша японська торговельна компанія, яка має понад 200 баз у Японії та в інших 80 країнах світу. Її 7 бізнес-груп і понад 500 дочірніх компаній та філій обслуговують покупців в усьому світі практично з усіх галузей виробництва. Водночас це одна з найбільших компаній, що вкладає великі кошти для підтримки інноваційних наукових розробок та сприяє їхньому впровадженню і використанню у різноманітних, часто досить віддалених сферах господарювання.

Компанія Mitsubishi була зареєстрована 1870 року Івасакі Ятаро як транспортна фірма, але під іншою назвою. В 1873 р. компанія отримала назву Mitsubishi (*mitsu*, що означає числівник 3, а *bishi* перекладається як *діамант*). Отож назва компанії означає "Три діаманти", що відбито і у її логотипі. Упродовж свого існування структура цієї організації зазнавала змін, динамічно розділяючись на десятки різнопрофільних складових компаній, окремі з яких у подальшому знову об'єднувалися за певними напрямками діяльності. Корпорація Mitsubishi, створена як торговельна компанія 1954 р., також пройшла складний шлях розвитку, постійно удосконалюючи свою структуру, моделі ведення бізнесу та управління. Її діяльність ґрунтується на трьох корпоративних принципах, сформульованих ще 1934 року:

✦ відповідальність перед суспільством, що означає сприяння його матеріальному і ду-

ховному збагаченню за умови збереження навколишнього середовища;

✦ чесність і законність бізнесу, тобто проведення його на основі принципів прозорості та відкритості;

✦ сприяння міжнародному взаєморозумінню через підприємництво, що досягається шляхом розширення тих напрямків бізнесової діяльності, які мають глобальну перспективу.

Сьогодні до складу корпорації Mitsubishi (*дали* — Корпорація) входять такі бізнес-групи: енергетики, металів; машинного обладнання; хімічних продуктів; предметів першої необхідності; промислових фінансів, логістики і розвитку та група інновацій у бізнесі. Останні дві групи було створено внаслідок реорганізації зовсім недавно — у квітні 2007 р. Кожна з цих груп має свою власну структуру. Зокрема, група інновацій у бізнесі складається з інноваційного центру та чотирьох відділів, які займаються бізнесовою діяльністю у сферах інформаційних і комунікаційних технологій, охорони здоров'я, засобів масової інформації та нових видів енергії і довкілля. Ця група зосереджує свою діяльність на тих виробничих і технологічних напрямках, які динамічно розвиваються і можуть створити основу для формування бізнесової активності Корпорації у майбутньому. Робота інноваційного центру групи охоплює нові напрямки промисловості, такі, як нанотехнології та електроніка, а завдання решти 4

відділів полягає у використанні знань та досвіду, набутих в уже існуючих галузях виробництва, для прогнозування стратегічних проривів з метою забезпечення зростаючих потреб ринку. Разом усі ці сфери активності групи інновацій у бізнесі покликані забезпечити проведення відповідних реформ у промисловості, мережі інформаційних технологій, медичному обслуговуванні і харчуванні, спрямованих на покращення довкілля та якості життя.

Прикладами конкретних розробок, якими опікується інноваційний центр, є виробництво і збут фуллеренів (завдяки унікальним властивостям яких сподіваються отримати численні інновативні продукти) та устаткування для наукових досліджень, інвестування в сферу електронних технологій, удосконалення батарей-акумуляторів на іонах літію. Розробки, якими займається відділ нових видів енергії і довкілля, стосуються сонячних батарей, паливних елементів, використання біомаси як палива та дослідження нових джерел енергії, технологій зменшення викидів в атмосферу (зокрема CO₂), очистки води і збереження навколишнього середовища, виготовлення автомобілів з відновлювальних матеріалів. У центрі уваги відділу інформаційних і комунікаційних технологій перебувають питання, пов'язані з обслуговуванням бізнесової діяльності. Це — створення, підтримка та розвиток відповідних систем, мереж та центрів обробки даних, надання консультацій з інформаційної безпеки, створення навчальних програм і т. ін. Відділ бізнесу в галузі охорони здоров'я займається питаннями розташування лікарень, забезпечення їх сучасними матеріалами і обладнанням та повторним його використанням, доставкою продуктів, мережею закладів харчування, покращенням медичного догляду, залученням приватної фінансової підтримки певних проектів. Діяльність відділу засобів масової інформації стосується розробок, спрямованих на розвиток анімаційних систем та комерціалізацію вихідних продуктів, цифро-

вої обробки, центрів телефонного обслуговування, телевізорів, сотових і мобільних телефонів та ін.

Упродовж 1998—2004 рр. Корпорація працювала за середньостроковими менеджмент-планами, тривалість яких складає три роки. У квітні 2004 р. було оголошено черговий, уже чотирирічний менеджмент-план під назвою "Інновація-2007. Відкриття нової епохи". Метою цього плану є зміцнення репутації Корпорації як промислового інноватора шляхом пропозиції та створення нових парадигм розвитку виробництва відповідно до потреб ринку і сприяння виникненню нових, перспективних галузей промисловості. Для досягнення цієї мети сформульовано три основні завдання:

1. Провести необхідні зміни і започаткувати новий період діяльності Корпорації, що ґрунтується на середньо- та довгострокових стратегіях розвитку. Для цього планується здійснити дві групи заходів. *По-перше*, посилити основні напрямки бізнесової діяльності, тобто зробити селективні ін'єкції ресурсів у галузі, де Корпорація має чіткі переваги і де очікується стабільне зростання попиту. До таких галузей належать ті, що займаються природним газом, видобутком нафти, виробництвом металу, автомобілів, хімічних та харчових продуктів, охороною здоров'я тощо. *По-друге*, визначити майбутні стратегічні галузі шляхом впровадження механізмів, які забезпечують прискорення науково-дослідних і конструкторських розробок, та ініціації спільних конференцій і семінарів з позакорпоративними організаціями. Для максимальної ефективності цих заходів заплановано провести внутрішні структурні зміни в усіх бізнес-групах, а також у методології менеджменту.

2. Забезпечити розвиток людського ресурсу (тобто підвищення мотивації службовців та їхньої здатності реагувати на запити бізнесу). Зусилля будуть спрямовані на підвищення кваліфікації персоналу, удосконалення систем оцінювання його роботи, створення комфортного для виконавця середовища. Одним із за-

ходів у цьому напрямку є заснування у 2006 р. Центру розвитку людського ресурсу.

3. Зміцнити внутрішнє управління Корпорації, зокрема через введення системи бізнес-одиниць, моніторинг ризиків та інші елементи менеджменту, вироблені упродовж попередньої діяльності.

У діяльності Корпорації важливого значення надається співпраці з науковими закладами як у Японії, так і в інших країнах. У 2001 р. у Каліфорнійському університеті м. Санта-Барбара за її підтримки було створено міждисциплінарний дослідницький центр перспективних матеріалів (Mitsubishi Chemical Center for Advanced Materials). Центр вкладає кошти у наукове обладнання, а також фінансує наукові проекти в галузі "м'яких" магнітних матеріалів, зокрема переважно пошукового напрямку тривалістю 1 рік і вартістю (50–100) тис. дол. США. У разі успішного розвитку досліджень можливі 2–3-річні проекти вартістю (150–500) тис. дол. США. Центр, наприклад, займається науковими дослідженнями в галузі органічних світлодіодів, нових оптичних носіїв, спеціальних і функціональних полімерів, продуктів на основі високочистих кремнезему і силікатів та ін.

За підтримки Корпорації з метою інвестування і фінансування перспективних проектів в галузі нанотехнологій у різних регіонах світу в 2001 р. було засновано приватний фонд Нанотех Партнери (Nanotech Partners). Спільне підприємство Корпорації і цього фонду вперше налагодило масове виробництво згаданих вище фуллеренів (нової молекулярної форми вуглецю), виявлених на додачу до уже відомих алмазу, графіту та вугілля.

Надзвичайно велику роботу провадить Корпорація у сфері охорони навколишнього середовища в різних частинах світу, підтримуючи інноваційні проекти, спрямовані, зокрема, на відновлення лісів, рециркуляцію біомаси, збереження коралових рифів та популяції сірих китів, детоксикацію забруднених ґрунтів та води, зменшення викидів парникових газів та вирішення багатьох інших проблем, пов'язаних з техногенною діяльністю. Сприяє цим заходам участь Корпорації у міжнародних фондах, таких як Всесвітній фонд дикої природи, Фонд для Європи і Африки, Вуглецевий фонд тощо. Активно підтримує Корпорація також проведення наукових зібрань, презентацій і "круглих столів", присвячених зокрема зміні клімату. Таким чином Корпорація сприяє глобальному діалогу з цього важливого питання. У жовтні 2007 р. представники Корпорації брали участь у бізнес-семінарі з проблеми модернізації енергосистем на енергогенеруючих станціях та підприємствах, що відбувалася у Росії.

Підсумки виконання менеджмент-плану "Інновація-2007. Відкриття нової епохи" будуть підведені після березня 2008 р. Очевидно, тоді ми матимемо змогу ознайомитися з результатами багатьох інноваційних проектів Корпорації Mitsubishi.

Основні інформаційні джерела:

1. www.mitsubishicorp.com
2. <http://www.mitsubishicorp.com/en/bg/innovation/index.html>
3. www.thirdworldtraveler.com/Environment/BajaWhales_Mitsubishi.html
4. www.micusa.com/link_news_coralreefs.shtml
5. www.mc-cam.ucsb.edu/documents/rfp