

4.7 Теоретико-методичні засади визначення оптимальних пропорцій інвестування в інноваційно-активні галузі економіки¹

Основою для успішної економіки будь-якої держави є інституції, інвестиції та інноваційна діяльність. Інноваційну активність треба розглядати як відмінну особливість динамічної реалізації сукупності цілеспрямованих процесів, що забезпечують підприємствам певні конкурентні переваги за рахунок упровадження інноваційних перетворень. Тобто «це комплексна характеристика інноваційної діяльності в динаміці» (Ястремська, 2014, с. 5).

В Україні впродовж тривалого часу спостерігалася інноваційна криза. Як зазначено в роботі Ю. М. Сафонова, Ю. М. Мельника: «це проявлялося в різкому зниженні керованості процесами створення і впровадження нововведень, у відсутності джерел фінансування, у згортанні діяльності дослідницьких творчих колективів» (Сафонов, Мельник, 2016, с. 65). Про це свідчить також динаміка обсягів фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств та впровадження інновацій за 2000–2017 рр. (рис. 4.18, 4.19).

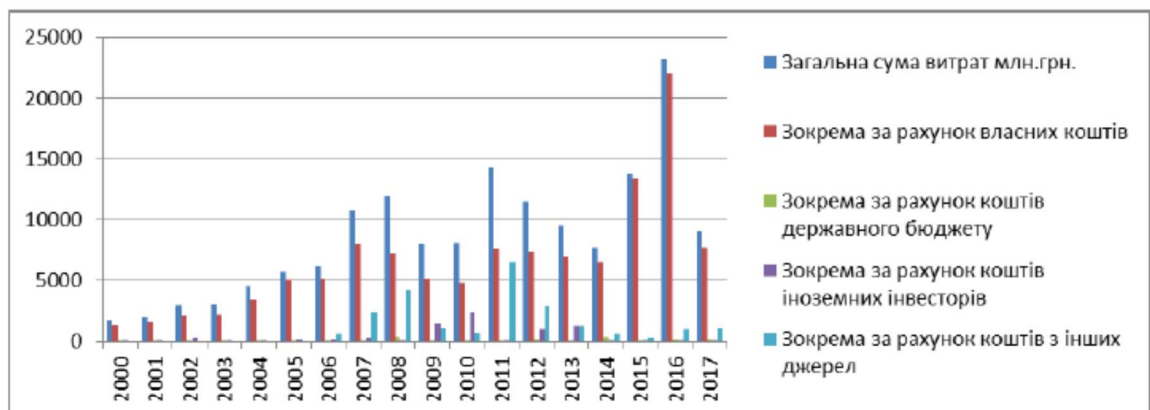


Рисунок 4.18 – Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств (Офіційний сайт Державної служби статистики України)

¹ Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної роботи № 0117U003922 «Інноваційні драйвери національної економічної безпеки: структурне моделювання та прогнозування»

Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної роботи № 0118U003571 «Інноваційний менеджмент енергоефективних та ресурсозберігаючих технологій в Україні».

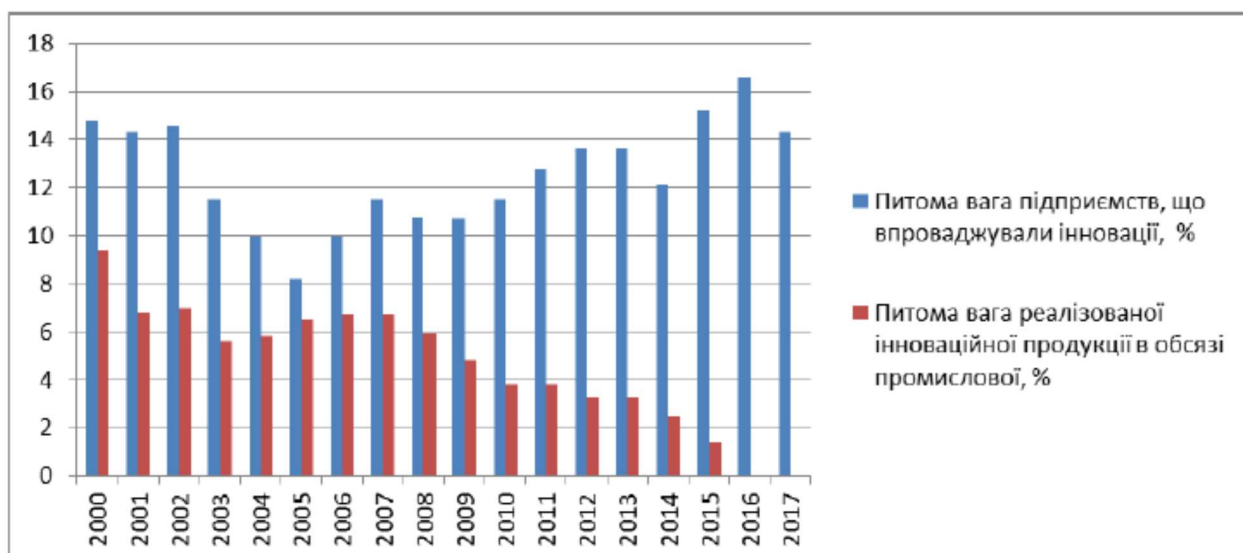


Рисунок 4.19 – Упровадження інновацій на промислових підприємствах (Офіційний сайт Державної служби статистики України)

Після виборів 2019 року в Україні різко змінився політичний курс: Президент України В. Зеленський виступив гарантом інвестицій у країну, а також запровадив активну державну підтримку інновацій, зокрема у сфері державного управління. Активно почало реалізовуватися співробітництво держави та бізнесу щодо програми «Держава в смартфоні», до якої було залучено також інвестиції іноземних партнерів. Так, Представники Єврокомісії повідомили про підготовку міжнародного проекту допомоги Україні обсягом 25 млн євро на розвиток цифрової економіки та електронного урядування (УНІАН).

Крім вищезазначеної галузі державного управління та надання різноманітних послуг населенню в онлайн-режимі за допомогою програми «Держава в смартфоні», є безліч галузей, що потребують змін та інновацій. Це й інфраструктура, яка практично відсутня в Україні, розвиток охорони здоров'я, освіти, сільського господарства, промисловості тощо. Перебуваючи в Турецькій Республіці з офіційним візитом 8 серпня 2019 року Президент України Володимир Зеленський узяв участь в українсько-турецькому бізнес-форумі. За словами Глави держави, «упродовж найближчих п'яти років Україна кардинально зміниться, а вітчизняна економіка щороку зростатиме на 5–7%. Заплановано, що упродовж найближчих п'яти років інвестиції в інфраструктуру становитимуть щонайменше 20 мільярдів доларів. «Ці кошти будуть спрямовані на ремонт 24 тисяч кілометрів доріг, збільшення кількості аеропортів, що реально працюватимуть, до 15, та розвиток п'яти морських портів», наголосив Президент України.

Як відомо, будь-які довгострокові тенденції, що існують у певний час, можуть істотно змінюватися і набувати специфічного змісту та

спрямованості. Особливо наочно це проявляється в нашій країні. Як уже зазначалося, ситуація, що склалася за роки незалежності в українській інноваційній сфері, однозначно визначалася як кризова. З одного боку, вона характеризується наявністю проблем інфраструктурного забезпечення інноваційно-інвестиційних процесів з урахуванням нової економічної ситуації, а з іншого – відсутністю механізму стимулювання високої активності учасників інноваційно-інвестиційних процесів, інноваційної сприйнятливості товаровиробників, насамперед, провідних галузей промисловості, формування ринку інноваційних продуктів, гарантій стабільності у сфері інтелектуальної праці та виробництва з боку держави.

На думку Ю.М. Сафонова, Ю.М. Мельника, для сучасного стану промислового виробництва адекватнішою є тенденція, що полягає в дедалі більшій увазі до технологічних інновацій. Передусім тут позначилися деякі реальні труднощі 1990-х років: вичерпані можливості вдосконалення багатьох базисних видів продукції; відчувається дефіцит енергетичних, сировинних і фінансових ресурсів; зменшився вплив процесу розширення номенклатури товарів на споживача; в міжнародному науково-технічному обміні зросла роль цінової конкуренції, особливо відносно ряду традиційних товарів. Нова продукція технічного призначення далеко не завжди є основою появи нових технологічних процесів і низька готовність споживача до використання нової, досить складної техніки, знижувала економічну ефективність її використання. (Сафонов, Мельник, 2016, с. 65).

Важливим кроком для формування сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату є запровадження земельної реформи, що у 2020 році дозволить створити ринок на 40 млн га землі (Президент України). Глава держави також повідомив, що заплановано проведення великої приватизації. «Ми проведемо велику приватизацію і продамо ефективним інвесторам сотні цікавих об'єктів, створимо нормальні конкурентні правила роботи на енергетичних ринках і спростимо правила ведення бізнесу, прибравши обмеження у сферах трудових відносин та руху капіталу», – зазначив Президент. (Президент України).

Відповідно до цього основними принципами реалізації ефективної інноваційно-інвестиційної політики на державному рівні необхідно вважати створення в країні стійкого попиту на продукт інноваційно-інвестиційної діяльності для кожного з етапів його формування, починаючи від результатів фундаментальних досліджень і закінчуючи їх матеріалізацією в конкретному продукті. Попит не може бути реалізованим за відсутності широкого відкритого доступу до результатів наукових досліджень, який потрібно характеризувати двома

компонентами – інформаційним та фінансовим (Сафонов, Мельник, 2016, с. 65).

Сприятливий інвестиційний клімат у державі дозволить вітчизняним і закордонним компаніям успішно розвиватися. Наразі одним із визначальних драйверів економічного зростання та забезпечення конкурентних переваг як окремих суб'єктів господарювання, так і держави в цілому, є інтелектуальний капітал.

Стратегічне управління інтелектуальним капіталом вітчизняних підприємств є необхідним та цілком досяжним етапом у розвитку теорії та практики управління. Тому все більшої значущості набувають подальші розробки в напрямі управління інтелектуально-інноваційною діяльністю, що органічно поєднує творчі інтелектуальні та інноваційні процеси, забезпечує створення, різноманітні перетворення та реалізацію всіх видів інтелектуального капіталу в матеріальній та інтелектуальній продукції підприємства (Щербаченко, 2016).

Досягнення більш високої продуктивності праці та створення конкурентних переваг за рахунок інтелектуальних активів є головною метою стратегії управління знаннями. Основні напрямки стратегії управління інтелектуальним капіталом визначені завданнями обміну знаннями в рамках кожного з окремих видів інтелектуального капіталу з метою його швидкого доступу до бази знань, надання можливостей для обміну досвідом та технологіями.

Управління інтелектуальним капіталом повинно бути одним з обов'язкових напрямків у стратегічному управлінні розвитком підприємства, оскільки рівень та обсяги інтелектуального капіталу визначають місце підприємства на ринку і значною мірою впливають на вибір конкурентних стратегій.

Ми запропонували здійснювати вибір стратегії залежно від розмірів підприємства та рівня його інтелектуального капіталу (табл. 4.10).

Розрахування економічної доданої вартості, створеної інтелектуальним капіталом підприємства визначається за формулою (Щербаченко, 2016, с. 129):

$$EVA_x = (NOPAT - WACC \cdot IC) \cdot X = [NOPAT - E \cdot y - D \cdot b \cdot (1 - t)] \cdot X, \quad (4.26)$$

де $NOPAT$ – чистий прибуток після сплати податків, грош. од.; $WACC$ – середньозважена вартість капіталу, відн. од.; IC – інвестований капітал грош. од.; D – обсяг позикових коштів, грош. од.; E – обсяг власного капіталу, грош. од.; y – очікувана дохідність власного капіталу, відн. од.; b – вартість позикових коштів, відн. од.; t – ставка податку на прибуток, відн. од.; X – інтегральний показник оцінювання інтелектуального капіталу, відн. од.

Таблиця 4.10 – Класифікація підприємств за розміром (складено на основі (Кириченко, 2015) з урахуванням обсягів економічної доданої вартості, створеної інтелектуальним капіталом)

Тип підприємства	Значення показників
Мікро	$(N < 10) \cup [(I \leq 700) \vee (B \leq 350)] \cup (EVA_x \leq 100)$
Мале	$(10 \leq N < 50) \cup [(700 < I \leq 8\,000) \vee (350 < B \leq 4\,000)] \cup (100 < EVA_x \leq 1\,200)$
Середнє	$(50 \leq N < 250) \cup [(8\,000 < I \leq 40\,000) \vee (4\,000 < B \leq 20\,000)] \cup (1\,200 < EVA_x \leq 5\,700)$
Велике	$(N \geq 250) \cup [(I > 40\,000) \vee (B > 20\,000)] \cup (EVA_x > 5\,700)$

Примітка. N – кількість працівників, I – чистий дохід від реалізації продукції, тис. євро, B – баланс, тис. євро

Матриця вибору стратегії розвитку підприємства наведена на рисунку 4.20. Цей підхід дозволяє підприємству оцінити свої поточні позиції на ринку та обрати перспективні напрямки свого розвитку.

Рівень інтелектуального капіталу	Високий	«Премудрий пічкур»	«Перша ластівка»	Стратегія виходу за межі ніші	«Горді леви»	
	Середній	«Хамелеон»	«Жалка бджола»	Стратегія лідерства в ніші	«Могутні слони»	
	Низький	«Сірі миші»	«Помилковий гриб»	Стратегія збереження	«Неповороткі бегемоти»	
		Мікро	Мале	Середнє	Велике	Тип підприємства

Рисунок 4.20 – Матриця вибору конкурентних стратегій розвитку підприємства (Щербаченко, 2016, с. 131)

Розглянемо детально сутність кожної зі стратегій і можливі методи їх реалізації (складено на основі (Кредісов, 2002; Фризенвінкель, Гунин, 2000) з доповненнями автора).

Стратегії мікропідприємств:

1) «Сірі миші», або стратегія наслідування – це дрібні неспецифічні підприємства, готові влитися в будь-який бізнес, що дає прибуток, і випускати ті товари, які користуються попитом.

Ці підприємства випускають продукцію, що не потребує значних інвестицій, оскільки рівень їх інтелектуального капіталу низький, розміри підприємства малі, вони не можуть дозволити собі випуск інноваційної продукції;

2) «Хамелеон», або стратегія використання переваг великої фірми. Використовуючи цю стратегію, мікрофірма ніби «перекрашується» в кольори відомої великої фірми. Прикладом її реалізації є франчайзинг;

3) «Премудрий пічкур», або стратегія оптимального розміру. Її застосовують у тих галузях, де велике виробництво неефективне, а коли є сенс виробляти продукцію малими партіями, виграючи в оперативності та гнучкості.

Стратегії малих підприємств:

1) «Помилковий гриб», або стратегія копіювання. Вона найбільш поширена в таких галузях (швейна, меблева), де патентне право не в змозі реально захистити дизайн від копіювання. В інших галузях (фармацевтика, електроніка) термін патентного захисту істотно коротше життєвого циклу товару, що дає можливість брати участь у процесі розповсюдження, цілком законно копіюючи кращі розробки відомих фірм;

2) «Жалка бджола», або стратегія участі в продукті великої фірми, передбачає кооперацію з великим підприємством, використання при цьому його переваг. Однак, щоб не бути залежними від такої великої фірми, бажано малому підприємству співпрацювати з кількома великими партнерами, частка кожного з яких не повинна перевищувати 20 % у загальному обсязі продажів;

3) «Перші ластівки», або піонерна стратегія конкурентної боротьби, яку використовують під час освоєння нових або під час радикального перетворення старих сегментів ринку. Основний фактор сили підприємств-інноваторів, яких порівнюють із «першими ластівками», пов'язаний із випередженням конкурентів у впровадженні принципів нововведень. Така фірма прагне до створення нового ринку та пошуку вигоди з первинної одноосібної присутності на ньому. В чистому вигляді спостерігати піонерну стратегію у світі бізнесу дуже складно через її короткочасну природу. Справа у тому, що після досягнення довгоочікуваного прориву потреба у власній «піонерній» стратегії відпадає: перед фірмою постають буденні завдання – утримання частки на ринку, поточного поліпшення продукту, підвищення рентабельності тощо.

Середні фірми втриматися на ринку можуть лише за допомогою нішової спеціалізації. Ніша для середніх фірм необхідна насамперед як засіб захисту від прямої конкурентної боротьби з великими фірмами,

оскільки іншого захисного засобу – переваг малого розміру – в них немає.

Стратегії середніх підприємств:

1) Стратегія збереження спрямована на збереження існуючого становища підприємства, оскільки немає необхідності розширення його діяльності (темпи збільшення ніші стабільні) і можливостей (обсяги інтелектуального капіталу невеликі). У цій стратегії є небезпека втрати ніші через зміну потреб.

Крім того, у разі гострого браку ресурсів для збереження свого становища в межах ніші фірма починає шукати велику компанію, що могла б поглинути її, зберігши при цьому її як відносно самостійний автономний виробничий підрозділ. Використання фінансових ресурсів великої компанії дасть змогу середній фірмі зберегти своє місце в ніші, фірма при цьому може постійно змінювати власників, зберігаючи свою нішову спеціалізацію.

2) Стратегія лідерства в ніші можлива лише у двох випадках:

– фірма зростає так само швидко, як і ніша, що дає можливість їй перетворитися на головну монопольну компанію та не пропустити в нішу конкурентів;

– фірма повинна мати відповідні фінансові ресурси і обсяги інтелектуального капіталу вищі за середні для підтримки свого прискореного росту.

3) Стратегія виходу за межі ніші ефективна тільки тоді, коли ці межі занадто вузькі для фірми. Фірма може спробувати перетворитися на велику монополію із втратою нішового «обличчя». Дійшовши до межі ніші, вона зіткнеться з прямою конкуренцією сильніших і більших фірм (раніше від прямої конкуренції захищала наявність ніші). Для цього «бою» фірма повинна накопичити ще в межах ніші достатній обсяг інтелектуальних, фінансових, матеріальних та інших ресурсів.

Великі фірми на відміну від малих мають можливість розгортати масово стандартизоване виробництво, а також розширювати сферу своєї діяльності. Проте пропорційно зростанню розмірів компанії падає їх гнучкість. Великі підприємства залежно від обсягів інтелектуального капіталу, який має підприємство, і ступеня диверсифікації виробництва можна поділити на чотири групи:

1. «Неповороткі бегемоти» – це підприємства, що мають низький рівень інтелектуального капіталу в силу знаходження на етапі спаду чи виходу з ринку. Для них характерна надмірна, безладна диверсифікація на багатьох ринках (сегментах). Ресурсів для подальшого розвитку недостатньо, продовжувати своє існування ще деякий час вони можуть завдяки потужному клієнтському капіталу, який вдалося накопичити за роки свого існування. У такій ситуації велика компанія може опинитися

часто через невдалі дії керівництва, що призводять до браку фінансових ресурсів та відпливу високоспеціалізованих фахівців із підприємства, унаслідок цього значно знижується кадровий та інформаційний капітал. Якщо компанія не вдасться до рішучих заходів щодо поліпшення організаційної структури, то на неї неминуче чекає банкрутство. Така ситуація спіткала кілька потужних промислових підприємств не тільки в Сумській області, а й по Україні в цілому.

2. «Могутні слони» – підприємства з достатніми обсягами інтелектуального капіталу та фінансових ресурсів для забезпечення стабільного становища на ринку. Фінансування дозволяє таким підприємствам проводити НДДКР, утримувати лабораторії, однак темпи зростання у них невисокі. Глобальна конкуренція як на споживчих, так і на промислових світових ринках створює високі бар'єри для виходу таких підприємств на нові ринки. Тому єдиною можливістю для них є об'єднання та поглинання більш успішними компаніями, що володіють вищими фінансовими й інтелектуальними ресурсами. Так створюють холдинги, концерни, конгломерати тощо.

3. «Горді леви» – це підприємства, що завдяки високому рівню інтелектуального капіталу освоїли масове виробництво нової продукції, мають високі обсяги інвестицій на інноваційну діяльність та наукові розробки, можуть включати різні напрямки виробництва та сфери послуг.

Отже, залежно від розміру підприємства та рівня його інтелектуального капіталу, визначено конкурентні стратегії розвитку. Підприємства з високим рівнем інтелектуального капіталу незалежно від розміру та специфіки діяльності мають більші шанси на успіх в умовах глобальної конкуренції, відповідно вони є більш привабливими з боку інвестицій, як державних так і закордонних.

Бібліографічний опис

Школа В.Ю., Щербаченко В.О. Теоретико-методичні засади визначення оптимальних пропорцій інвестування в інноваційно-активні галузі економіки // Державне стимулювання інноваційного розвитку суб'єктів господарювання: методологічні засади, світовий та вітчизняний досвід : монографія / за загальною ред. канд. екон. наук, доцента Л. С. Захаркіної. Суми : Сумський державний університет, 2019. – С. 174-181.