УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

І. Л. Назаренко, Г. В. Обруч

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій

Частина 3

Харків – 2021

Назаренко І. Л., Обруч Г. В. Інноваційний розвиток підприємства: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – Ч. 3. – 68 с.

Конспект лекцій спрямований на формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань і практичних навичок щодо розроблення дієвого інструментарію і механізмів забезпечення інноваційного зростання підприємств, ефективної стратегії і бізнес-моделей їхнього інноваційного розвитку, оцінювання, формування та розвитку інноваційного потенціалу підприємства і активізації процесів інвестиційного забезпечення створення та впровадження інновацій, управління ризиками та забезпечення економічної безпеки підприємства в процесі його інноваційної діяльності.

Конспект лекцій складається з трьох частин. Третя частина присвячена вивченню особливостей розроблення стратегій і бізнес-моделей інноваційного розвитку підприємства, формуванню, використанню та оцінюванню інноваційного потенціалу, управлінню інноваційними ризиками, інвестиційному забезпеченню та охороні прав інтелектуальної власності.

Рекомендується для видання і використання в навчальному процесі УкрДУЗТ для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальностей «Економіка», «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», «Облік і оподаткування», «Маркетинг», «Фінанси, банківська справа і страхування», «Менеджмент», «Публічне управління та адміністрування» усіх форм навчання.

Іл. 11, табл. 3, бібліогр.: 34 назв.

Конспект лекцій розглянуто і рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом 22 червня 2021 р., протокол № 12.

Рецензент

проф. І. В. Токмакова

ЗМІСТ

Вступ 6

Лекція 10. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства 7

10.1 Типи інноваційних стратегій підприємств 7

10.2 Етапи розроблення інноваційних стратегій підприємств 13

10.3 Бізнес-моделі: сутність поняття та основні види 17

10.4 Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства 20

Лекція 11. Інноваційний потенціал підприємства 23

11.1 Етимологія поняття інноваційного потенціалу підприємства 23

11.2 Структура інноваційного потенціалу підприємства 25

11.3 Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства 27

Лекція 12. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства 35

12.1 Характеристика методів і видів джерел фінансування інноваційної діяльності. Стан інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств в Україні 35

12.2 Механізми мобілізації власних коштів підприємств 39

12.3 Засоби мобілізації позикових коштів підприємств 40

12.4 Засоби мобілізації залучених коштів підприємств 43

Лекція 13. Ризики в інноваційній діяльності підприємства та управління ними 45

13.1 Сутність поняття ризику і класифікація його основних видів 45

13.2 Ризики в інноваційній діяльності підприємства 48

13.3 Методи оцінювання ризиків в інноваційній діяльності підприємства 50

13.4 Управління ризиками в інноваційній діяльності підприємства 52

Лекція 14. Охорона прав та економіка інтелектуальної власності як складова економічної безпеки інноваційної діяльності підприємства 55

14.1 Поняття інтелектуальної власності і особливості її правового регулювання в Україні 55
14.2 Особливості патентування об’єктів промислової власності 59
14.3 Ліцензування об’єктів промислової власності 62
Список літератури 65

Тематичний план

Тема лекції	Кількість годин
Лекція 10. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства	2
Лекція 11. Інноваційний потенціал підприємства	2
Лекція 12. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства	2
Лекція 13. Ризики в інноваційній діяльності підприємства та управління ними	2
Лекція 14. Охорона прав та економіка інтелектуальної власності як складова економічної безпеки інноваційної діяльності підприємства	2

ВСТУП

Світові тенденції розвитку бізнес-суб'єктів свідчать, що наразі інновації виступають драйвером забезпечення їхнього випереджаючого зростання і зайняття лідируючих позицій на ринку в довгостроковій перспективі. Посилення економічної ролі інновацій, зміна темпів, напрямів і механізмів активізації інноваційних процесів обумовлюють суттєві зрушення в економічних системах країн, зумовлюючи зростання обсягів інвестицій, спрямованих на розвиток освітнього та науково-дослідного секторів, підвищення технологічного рівня традиційних галузей, сприяння розбудові високотехнологічних секторів і стимулювання впровадження новацій у діяльність суб'єктів господарювання. З огляду на це особливого значення набуває забезпечення інноваційного розвитку підприємства з метою адаптації його виробничої діяльності до запитів споживачів і забезпечення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку.

Вивчення дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» дозволить здобувачу вищої освіти сформувати необхідні теоретичні знання та практичні навички щодо формування дієвого інструментарію і механізмів забезпечення інноваційного зростання підприємств, розроблення ефективної стратегії і бізнес-моделей їхнього інноваційного розвитку, оцінювання, формування та розвитку інноваційного потенціалу підприємства і активізації процесів інвестиційного забезпечення створення та впровадження інновацій, управління ризиками та забезпечення економічної безпеки підприємства в процесі його інноваційної діяльності.

Конспект лекцій складається з трьох частин. Третя частина присвячена вивченню особливостей розроблення стратегій і бізнес-моделей інноваційного розвитку підприємства, формуванню, використанню та оцінюванню інноваційного потенціалу, управлінню інноваційними ризиками, інвестиційному забезпеченню та охороні прав інтелектуальної власності.

Лекція 10. СТРАТЕГІЇ ТА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

План

10.1 Типи інноваційних стратегій підприємств.
10.2 Етапи розроблення інноваційних стратегій підприємств.
10.3 Бізнес-моделі: сутність поняття та основні види.
10.4 Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства.

10.1 Типи інноваційних стратегій підприємств

Забезпечення економічного зростання і конкурентоспроможності підприємств в умовах інформаційно-технологічної революції потребує розроблення і реалізації ефективних стратегій їхнього інноваційного розвитку. Під інноваційною стратегією підприємства зазвичай розуміють стратегію розроблення і використання нововведень. Її головними завданнями є забезпечення ефективного розподілу і використання наявних ресурсів і можливостей, необхідних для розвитку на основі інновацій та інноваційної діяльності (потенціалу інноваційного розвитку) і адаптації до змін умов зовнішнього середовища шляхом пошуку нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства, приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку до зовнішніх, які генеруються ринком.

Наразі сформувалася значна кількість класифікацій інноваційних стратегій залежно від сфери, рівня, масштабів інноваційної діяльності, характеру поведінки підприємств на ринку тощо. Найбільш поширеною є класифікація, що передбачає виділення таких типів інноваційних стратегій, як **наступальна, захисна, нішева та імітаційна**.

Наступальна стратегія розробляється для реалізації загальної стратегії зростання підприємства і пов’язана з його прагненням досягти технічного та ринкового лідерства шляхом створення та впровадження проривних інновацій. Ця стратегія передбачає використання світових досягнень науки і технологій, наявність власних наукових здобутків, можливість фірми швидко пристосовуватися до нових технологічних можливостей.

Особливістю цієї стратегії є активна участь співробітників фірми у створенні та впровадженні інновацій. Для реалізації наступальної стратегії важливу роль відведено спеціальному підрозділу підприємства, функцією якого є дослідження і розроблення [1].

Стратегія наступу охоплює комплекс заходів, необхідних для створення нових сфер діяльності підприємства і визначення шляхів виходу на нові позиції. Ці заходи повинні визначати умови попиту в майбутньому; характер внутрішніх елементів організації, необхідних для її розвитку; нові види продукції, якими необхідно доповнити номенклатуру продукції підприємства; частку основної продукції серед нових товарів і послуг; методи запобігання помилкам при вкладеннях капіталу і розробленні нової продукції; діапазон економічних ресурсів, необхідний для виробництва нових товарів і послуг; організаційні способи створення нових виробництв.

Наступальну стратегію можуть використовувати малі інноваційні (венчурні) фірми і великі підприємства, які активно вивчають ринок для поширення свого впливу на інші привабливі сфери діяльності. Завдяки потужним науково-дослідним відділам вони можуть генерувати власні ідеї і втілювати їх у життя, захищаючи своє виняткове право на нову продукцію через систему патентування (компанії Dupon, Microsoft, АКБ ім. Антонова та ін.) [1].

Захисна інноваційна стратегія розробляється для реалізації загальної стратегії стабілізації підприємства і є реакцією підприємства на дії конкурентів, пов’язана з опануванням нової технології для утримання конкурентних позицій на вже існуючих ринках. Цієї стратегії дотримується більшість фірм, які уникають надмірного ризику. Такі фірми прагнуть йти на крок позаду від піонерів і впроваджують новацію лише тоді, коли впевняться в її перспективності. Однак це не імітація новинки. Як правило, новинку поліпшують, що сприяє використанню в інших сферах, за іншим призначенням чи перенесенню на інші ринки. Головна функція такої стратегії – оптимізувати у виробничому процесі співвідношення витрати-випуск.

Захисна стратегія також потребує значних зусиль у науково-дослідницькій сфері, що дає змогу використовувати її лише

потужним високотехнологічним підприємствам. Проаналізувавши досягнення і помилки фірм-піонерів, вдосконаливши новацію і юридично захистивши її новий зразок, вони починають масове виробництво і отримують значні прибутки. Фірмі з захисною стратегією слід приділяти увагу навчанню свого персоналу, рекламі і просуванню на ринок своєї продукції шляхом розгалуженого сервісу й технічного обслуговування, оскільки суттєві переваги можна здобути саме в цій сфері [1].

До формування і впровадження ***стратегії ніші*** вдаються підприємства, що намагаються швидко вийти на нові ринки, використовуючи традиційний потенціал; їхня інноваційна діяльність полягає в пошуку інформації щодо нових можливостей, а також особливих ніш на існуючих ринках товарів і послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб. Стратегія «ніші» може бути складовою наступальної і захисної загальної стратегії залежно від місткості ринкової ніші. З цієї стратегії починають фірми і країни, що намагаються швидко вийти на світові ринки, використовуючи свій традиційний потенціал.

Імітаційна стратегія характерна для підприємств, які не є піонерами у випуску на ринок певних нововведень, але прагнуть використати їхній комерційний потенціал, придбавши у фірми-піонера ліцензію на тому етапі життєвого циклу новинки, коли попит на неї ще дуже високий. Вони оперативно запускають виробництво нового продукту на нових ринках, забезпечуючи собі хорошу ринкову динаміку.

Деколи імітація інновації може відбуватися і без дозволу фірм-лідерів, тобто піратським способом (підприємства-комутанти). За цієї умови фірмою-імітатором не тільки копіюються основні споживчі властивості нововведень, а й досягаються у процесі виробництва певні переваги: зниження вартості завдяки залученню дешевої робочої сили чи місцевих ресурсів, використання вже існуючих виробничих потужностей у новому призначенні та ін. Має суттєве значення і здатність працівників фірми вдало зімітувати новинку [1].

Однак якщо імітаційна стратегія здійснюється з дотриманням прав щодо інтелектуальної власності фірми-лідера і забезпечує вдале поєднання чужої технології з перевагами

власних ресурсів, то ця стратегія буде корисною для фірми-імітатора. Для українських підприємств така стратегія є одним із способів підвищення наукомісткості та технологічності виробництва. За підтримки урядом вітчизняного товаровиробника вона може сприяти підвищенню потенціалу фірми, зміцненню її ринкових позицій (таким, наприклад, є результат діяльності деяких українських маслоекстракційних заводів, які придбали за ліцензією технологію виробництва та фасування олії і водночас отримали можливість використання дешевої сировини завдяки високій ставці вивізного мита на соняшникове зерно). Але така стратегія може бути невдалою, якщо недостатньо вивчена кон'юнктура ринку.

Виділяють також ***змішану стратегію***. Її використовують багато транснаціональних корпорацій, які працюють у різних сферах бізнесу і на різних ринках. Наприклад, для одного виду бізнесу обирають наступальну стратегію, для іншого – захисну [1].

Основні типи інноваційних стратегій, які застосовуються на різних підприємствах, наведені на рисунку 10.1.

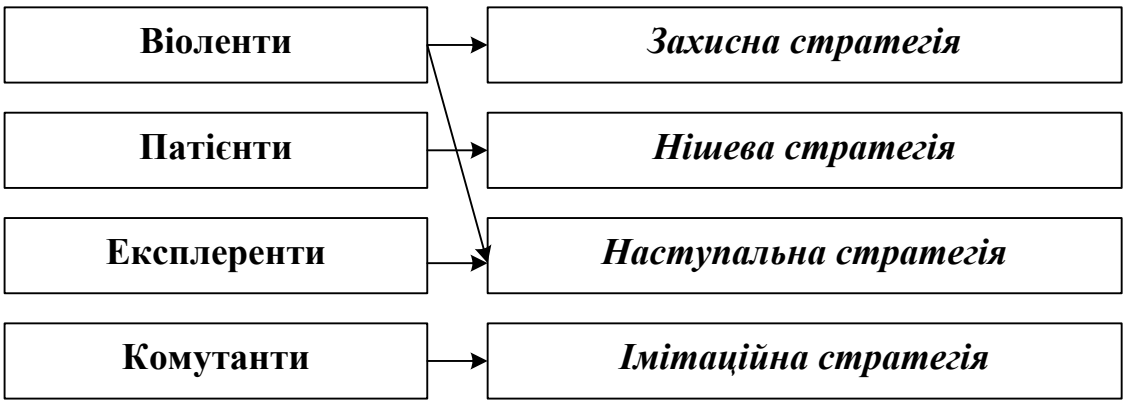

Рисунок 10.1 – Основні типи інноваційних стратегій, які застосовуються на різних підприємствах

Захисна та наступальна стратегії найчастіше використовуються ***підприємствами-віолентами***. Це великі суб'єкти господарювання, що здійснюють масове крупносерійне виробництво, мають велику ресурсну силу, і, природно, їм властиве силове конкурентне та інноваційне поводження на ринку.

Характерними рисами таких підприємств є великі розміри, велика чисельність працівників, безліч філій і дочірніх підприємств, повнота асортименту і здатність до масового виробництва. Їх відрізняють великі витрати на НДДКР, виробництво, маркетингові і збутові мережі. Продукція віолентів має високу якість, пов'язану з високим рівнем стандартизації, уніфікації і технологічності, низькими цінами, властивими масовому виробництву. Багато віолентів являють собою транснаціональні компанії, створюють олігополістичний ринок. Сфери діяльності віолентів нічим не обмежені. Вони можуть зустрічатися у всіх галузях: машинобудуванні, електроніці, фармацевтиці, обслуговуванні та ін. Чітко їхні типи можна виділити лише за *етапами еволюційного розвитку віолентів залежно від динаміки розвитку* [1]:

1) «гордий лев» – тип віолентів, для яких характерний найбільш динамічний темп розвитку, концентрація на вузькому, але масовому і перспективному асортименті товарів, створення могутніх науково-дослідницьких структур. Цю групу підприємств можна поділити на такі підгрупи: «лідери», «віце-лідери» та ін.;

2) «могутній слон» – тип підприємств з менш динамічними темпами розвитку, так званою «підвищеною стабільністю», що забезпечується в основному трьома факторами: великими розмірами, розширеною диверсифікованістю як компенсацією за втрату позиції лідера в галузі; наявністю широкої міжнародної мережі філій;

3) «неповоротний бегемот» – тип віолентів, що втратили динаміку розвитку, захопившись широкою диверсифікованістю, розпиливши власні сили. Зберігаючи гігантський оборот, корпорація поступово втрачає здатність досягати високого прибутку, а в подальшому стає збитковою.

Роль віолентів в економіці полягає в тому, що вони є стрижнем будь-якої сучасної розвиненої економіки. Від загальної кількості фірм США, Західної Європи, Японії вони складають не більше 1-2 %, але вони створюють від 1/3 до 1/2 валового національного продукту і випускають більше половини всієї промислової продукції (від 30 до 50 % ВНП, 1/2 усієї промислової продукції). Галузь науково-технічної діяльності віолентів – передбачуваний, поточний, програмно-цільовий науково-технічний прогрес. Вони є «локомотивами» планового НТП.

Фірми-патієнти («хитрі лиси») можуть бути різних розмірів: малі, середні і навіть зрідка великі. Патієнтна стратегія – це стратегія диференціації продукції і зайняття своєї ніші, вузького сегмента ринку. У *патієнтної (нішевої) стратегії* чітко прослідковуються дві складові підстратегії: ставки на диференціацію продукту, необхідність зосередити максимум зусиль на вузькому сегменті ринку. Диференціація продукції – крок назустріч тому споживачу, якому не потрібна масова стандартна продукція. Вона дозволяє також патієнтові відкрити свою справу з виробництва диференційованої продукції. При спеціалізованому виробництві запас конкурентоспроможності товару виникає в основному завдяки високій споживчій цінності товару. Патієнтові доводиться точно визначати і забезпечувати її. Але сила патієнта – вузька спеціалізація, надвисока якість унікального товару – може стати його слабкістю, якщо попит на його продукцію значно скоротиться. Адже спеціалізованій фірмі дуже важко швидко переорієнтуватися на випуск іншої продукції, і вона може стати об'єктом поглинання для віолентів [1].

Фірми-експлеренти (або венчурні фірми) – в основному невеликі підприємства. Їх ще називають ризикофірмами, малими інноваційними фірмами. Їхня головна роль в економіці – інноваційна, створення радикальних, «проривних» нововведень, нових продуктів і технологій у всіх галузях національної економіки. Як творці радикальних новацій фірми-експлеренти чи так звані ***«перші ластівки»***, відрізняються своєю цілеспрямованістю, відданістю ідеї, високим професійним рівнем співробітників і лідера, значними витратами на НДДКР.

Тип підприємства у сфері дрібного неспеціалізованого бізнесу отримав назву ***комутант***. Прикладом малого неспеціалізованого бізнесу може бути магазин у селищі, кіоск, перукарня, фірма зі створення програмного забезпечення для комп'ютерів тощо. Малий бізнес важливий не тільки своєю численністю, але і здатністю вирішувати функціональні економічні завдання: обслуговування локальних потреб; виконання виробничих функцій на рівні деталей і підвищення ефективності великого виробництва; наповнення інфраструктури виробничих процесів; стимулювання заповзятливості громадян країни; підвищення зайнятості населення, особливо в непромислових населених

пунктах. Такі малі підприємства задовольняють локальний і вузькогруповий чи навіть індивідуальний попит. Вони займаються всім, що не викликає інтересу у віолентів, патієнтів та експлерентів. Їхня роль в економіці об'єднуюча, єднальна. Тому їх назвали комутанти. Комутанти – «сірі миші» – не займаються інноваційною діяльністю, вони копіюють вироби відомих фірм, і тим самим сприяють дифузії нововведень, тобто проникненню їх на нові сегменти ринку. Інноваційний процес, таким чином, розширюється і прискорюється. Дрібні фірми сприяють просуванню нових продуктів і технологій, у масовому порядку створюючи на їхній основі нові послуги. Це прискорює процес дифузії нововведень [1].

10.2 Етапи розроблення інноваційних стратегій підприємств

Інноваційна стратегія займає важливе місце в системі стратегій забезпечення розвитку підприємства. Вона є функціональною стратегією, що передбачає розроблення і використання нововведень для зниження витрат і підвищення прибутковості діяльності підприємства (рисунок 10.2).

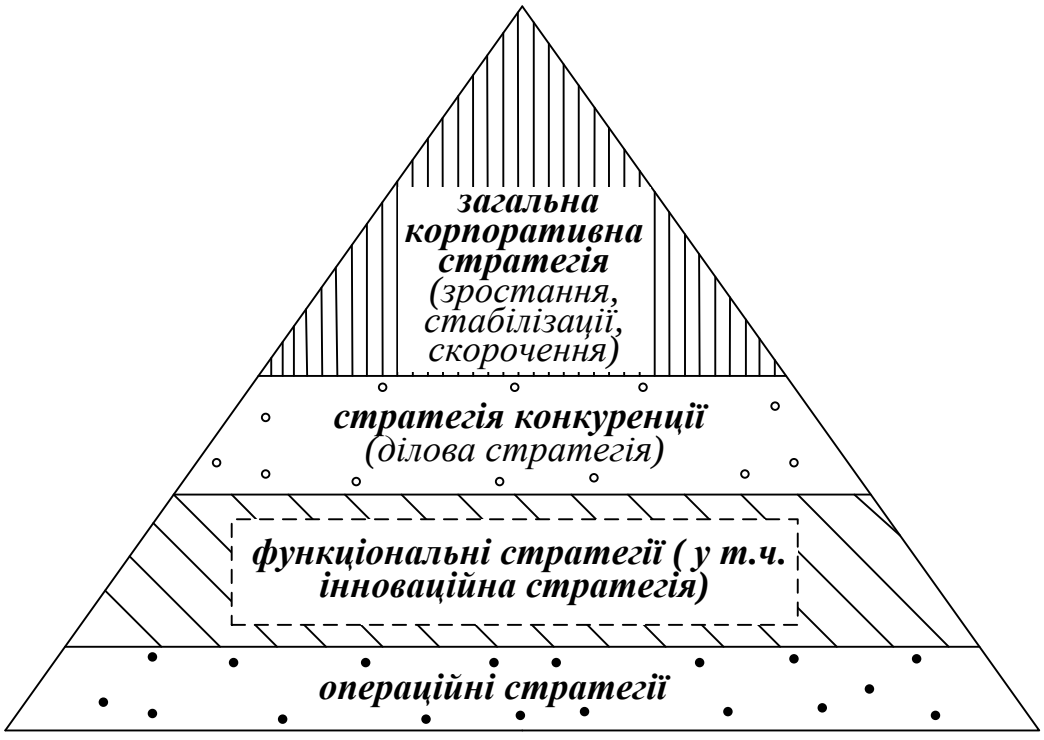

Рисунок 10.2 – «Піраміда стратегій»

Розроблення будь-якої стратегії розпочинається з формулювання місії підприємства, яка має враховувати основний напрям його діяльності, принципи функціонування, культуру, традиції, робочий клімат тощо.

Стратегічне управління інноваціями орієнтоване на визначення і досягнення перспективних цілей (завоювання більшої частки ринку, забезпечення високих темпів стійкого економічного розвитку тощо) в умовах конкуренції, що відображено в системі стратегічних планів, серед яких важливе місце посідають плани інноваційної діяльності.

Планування інноваційної діяльності підприємства в межах загальної стратегії може включати етапи, наведені на рисунку 10.3) [1, 2].

Стратегічне інноваційне планування спирається на ретельний *аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства*, під час якого оцінюються зміни, що відбуваються в планованому періоді; виявляються фактори, загрозливі позиціям підприємства; досліджуються фактори, сприятливі для діяльності підприємства; плануються нововведення, які дозволять компанії зміцнити свої ринкові позиції.

Основні фактори, пов'язані з *зовнішнім середовищем*, – це економіка, політика, ринок, технологія, конкуренція. Особливо важливим фактором є конкуренція. Тому необхідно виявити основних конкурентів і з'ясувати їхні ринкові позиції (частка ринку, об'єми продажів, цілі тощо). Ретельне вивчення сильних і слабких сторін конкурентів і порівняння їхніх результатів із власними показниками дозволять краще продумати стратегію конкурентної боротьби. До важливих зовнішніх факторів належать також соціально-поведінкові та екологічні. Підприємство має враховувати зміни в демографічній ситуації, освітньому рівні тощо.

Аналіз внутрішнього середовища проводиться з метою виявлення сильних і слабких сторін у діяльності фірми. На цьому етапі аналізують результати діяльності, ефективність функціонування підприємства загалом і за окремими видами діяльності, на основі чого визначають його сильні та слабкі сторони. Зокрема оцінюють й інноваційний потенціал, що формує здатність у підприємства створювати й використовувати інновації і впливає на вибір і реалізацію інноваційної стратегії.

Визначення загальної стратегії підприємства здійснюється на основі зіставлення місії підприємства, його сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз зовнішнього середовища і полягає у виборі одного з можливих напрямів поведінки підприємства в майбутньому.

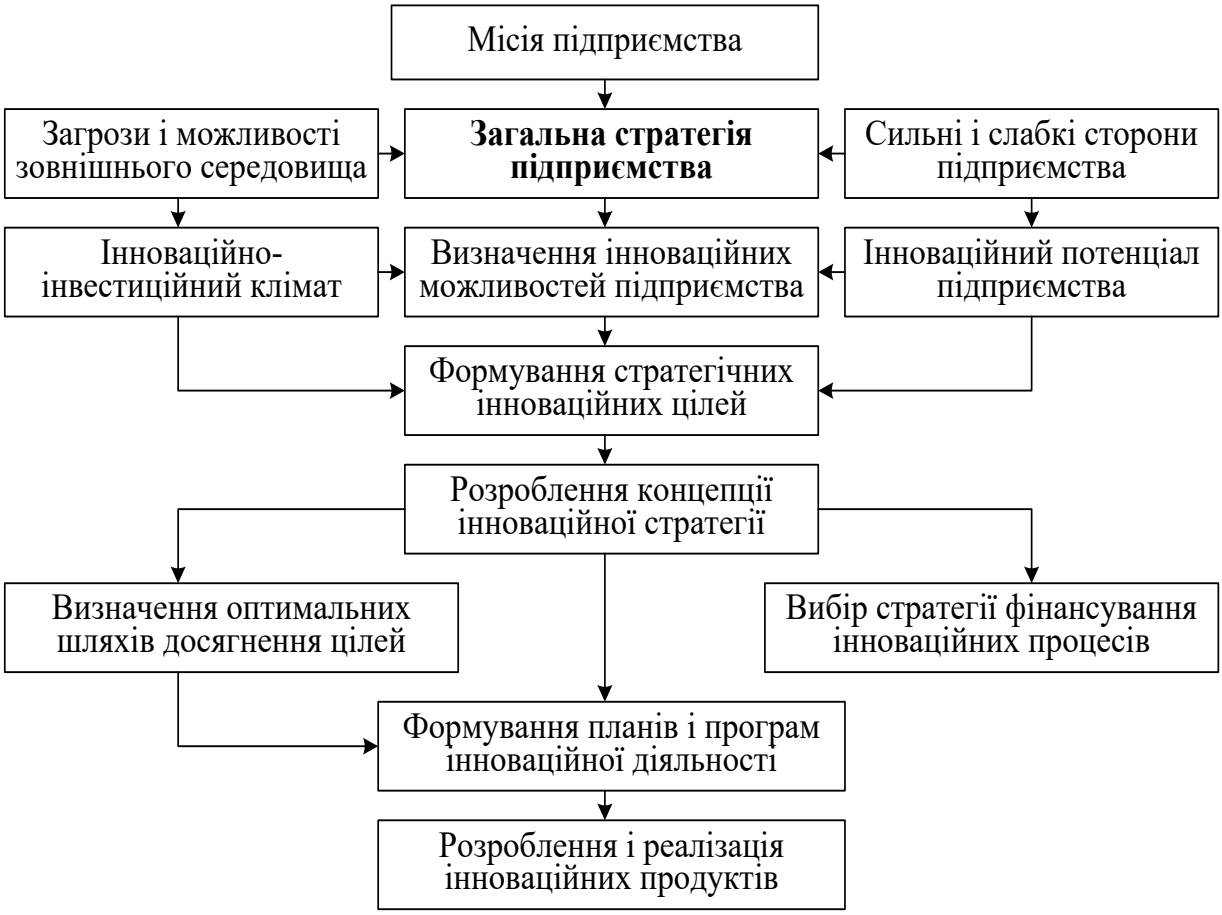

Рисунок 10.3 – Основні етапи стратегічного планування інноваційної діяльності підприємства [1, 2]

Виділяють такі три напрями: *стратегія стабільності* (обмеженого зростання) – передбачає підтримання існуючих розмірів підприємства і напрямів його ділової активності; *стратегія зростання* полягає у збільшенні розмірів підприємства через нарощування виробничих потужностей та освоєння нових напрямів діяльності шляхом самофінансування або придбання чи злиття з іншими підприємствами; *стратегія скорочення* використовується за несприятливих для підприємства обставин і передбачає «відсікання зайвих» підрозділів чи видів діяльності

(тих, що перестали бути рентабельними), переорієнтацію ділової активності або самоліквідацію.

Визначення інноваційних можливостей передбачає зіставлення інноваційного потенціалу підприємства та інноваційно-інвестиційного клімату, сформованого у країні, для чого можна використати стандартний метод SWOT-аналізу. Інноваційні можливості є підставою для визначення інноваційних цілей підприємства.

Формування стратегічних інноваційних цілей – це визначення основних завдань інноваційної діяльності з огляду на загальну стратегію підприємства та його інноваційні позиції. Інноваційними цілями можуть бути створення нового продукту, впровадження нової технології, перехід на новий вид сировини, реструктуризація фірми тощо. Останні лягають в основу формування інноваційної стратегії підприємства.

Розроблення концепції інноваційної стратегії передбачає визначення інноваційних стратегій, які може реалізувати підприємство з огляду на свої ринкові позиції та інноваційні можливості. Основою розроблення інноваційної стратегії є теорія життєвого циклу продукту, ринкові позиції фірми та її науково-технічна політика. Серед інноваційних стратегій слід відзначити наступальну, захисну, нішову та імітаційну стратегії.

Вибір інноваційної стратегії залежить від багатьох факторів: умов і факторів зовнішнього середовища; сфери діяльності підприємства; номенклатури та асортименту її продукції; тривалості життєвого циклу товарів; можливості фірми здійснювати моніторинг науково-технічної інформації щодо ринку новацій; наявності відповідного науково-технічного та технологічного потенціалу тощо.

Розроблення інноваційної стратегії не має бути формальним, і сама стратегія повинна постійно коректуватися з урахуванням зовнішнього середовища, що змінюється, і внутрішніх умов підприємства. Завдання керівництва полягає не тільки в тому, щоб грамотно сформулювати стратегію, але і в тому, щоб правильно вибрати механізм її реалізації.

10.3 Бізнес-моделі: сутність поняття та основні види

На сьогодні питання, пов'язані з вибором бізнес-моделі компанії та її ефективною реалізацією багатьма аналітиками і практиками, визнаються найважливішими. У загальному вигляді ***бізнес-модель*** визначають як логічне описання того, яким чином підприємство створює, поставляє клієнтам і набуває цінності – економічної, соціальної та інших форм вартості. Процес розроблення бізнес-моделі є частиною стратегії бізнесу.

Будь-яка *бізнес-модель* має давати відповідь на три ключових питання: як компанія створює цінність для зовнішніх клієнтів; як компанія заробляє гроші; як компанія забезпечує стратегічний контроль над ланцюгами створення цінності?

Форма подання бізнес-моделі має відповідати таким вимогам: охоплювати весь бізнес компанії; описувати основні «блоки», з яких складається бізнес компанії і за необхідності взаємозв'язок між ними; бути компактною і зручною для сприйняття [3].

Бізнес-модель не є чимось сталим і незмінним до кінця життя компанії – разом з підприємством вона розвивається, пристосовується до мінливих умов зовнішнього середовища. Часто в умовах загострення конкуренції або, навпаки, зайняття лідируючих позицій компанії намагаються здійснити перехід на більш ефективні або вигідні моделі.

Бізнес-моделі пройшли значний еволюційний шлях їхнього розвитку:

– найстаріша бізнес-модель, яка донині залишається однією з базових, – модель «хранителя магазину» (the shopkeeper model): відкриття магазину там, де знаходяться потенційні клієнти;

– наступна дуже популярна бізнес-модель, яка з'явилася на початку XX століття, після чого переживала численні нові модифікації, – це модель «приманки і гака». Полягає вона в продажу основного продукту за дуже низькою ціною, інколи нижче собівартості («приманка»), а комплектуючих або витратних матеріалів до нього – за високими цінами («гак»). Приклади: мобільні телефони («приманка») і час трафіку («гак»); комп'ютерні принтери («приманка») і картриджи до них («гак»);

– у 1950-х роках – нові бізнес-моделі розроблені McDonald's і Toyota;

– у 1960-х роках – новаторами виступили Wal-Mart і Hypermarket;

– у 1970-ті роки – нові моделі розробили FederalExpress і Toys R Us;

– у 1980-ті роки – Blockbuster, Home Depot, Intel і Dell Computer;

– в 1990-ті роки – Southwest Airlines, Netflix, eBay, Amazon.com, Starbucks, Microsoft і dot-coms;

– в останні роки – найбільш оригінальні та ефективні бізнес-моделі були розроблені і реалізовані Google, IKEA тощо.

В умовах глобальної кризи багато бізнес-моделей втратили ефективність і конкурентоспроможність. І навпаки, ряд бізнес-моделей, які були неактуальними, виявилися високоефективними в умовах кризи і забезпечили компаніям нові можливості для зростання і розвитку бізнесу. Серед основних бізнес-моделей слід розглянути такі, як франчайзинг; прямі продажі; B2B, B2C, B2G, G2B [4].

Франчайзинг, комерційна концесія, франшиза – вид відносин між ринковими суб'єктами, коли одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) за плату (роялті) право на певний вид бізнесу, використовуючи розроблену бізнес-модель його поведінки. Франчайзинг є розвиненою формою ліцензування, при якій одна сторона надає іншій стороні оплатне право діяти від свого імені, використовуючи товарні знаки і/або бренди франчайзера. Власне франчайзинг можна розглядати як спосіб тиражування успішних малих підприємств.

Прямі продажі – це реалізація споживчих товарів або послуг, що здійснюється від людини до людини поза стаціонарними точками роздрібної торгівлі. Продукти і послуги поставляються замовником незалежними продавцями. Залежно від компанії ці продавці отримали назву дистриб'юторів, представників, консультантів тощо.

B2B («business-to-business», дослівно – бізнес для бізнесу) – сектор ринку, який працює не на кінцевого споживча, а на такі самі компанії, тобто на інший бізнес. Прикладом B2B-діяльності є виробництво барних стійок або надання рекламних послуг тощо.

B2C («business-to-consumer», дослівно – бізнес для споживача) – означає комерційні взаємини між організацією

(Business) і приватним, так званим, кінцевим споживачем. Це форма електронної торгівлі, метою якої є прямі продажі для споживача. B2C ефективний для усунення розриву між великими містами та віддаленими регіонами в сенсі доступності товарів і послуг для споживача. B2C дозволяє вести прямі продажі з мінімальною кількістю посередників або навіть без них, що дає можливість установлення конкурентних цін на місцях і нарощення прибутку. Найбільш популярний інструмент B2C – Інтернет-магазин.

B2G («business-to-government», дослівно – бізнес для влади) – відносини між бізнесом і державою. Зазвичай термін використовується для класифікації систем електронної комерції. Прикладом B2G-систем можуть служити системи електронних державних закупівель.

G2B («government-to-business», дослівно влада для бізнесу) – набір програмних і апаратних засобів для здійснення онлайн взаємодії виконавчої влади і комерційних структур з метою підтримки і розвитку бізнесу. До класу G2B можна віднести інформаційні веб-сайти органів влади, системи електронних закупівель та ін.

У XXI столітті у світовій економіці настала ера багатосторонніх бізнес-моделей (multisided-business-models), які активно використовувалися успішними і ефективними компаніями, насамперед високотехнологічних галузей. Ці моделі стали одним із революційних проривів у галузі інновацій у бізнесі. Багатосторонні бізнес-моделі створюють цінність завдяки взаємодії різних гравців (сторін) більшою мірою, ніж у рамках традиційних взаємодій один на один (продавець – покупець) або в рамках традиційного обміну інформацією. На основі даних платформ компанія в різних формах надає доступ зацікавленим партнерам до своїх клієнтів або користувачів з пропозиціями продуктів чи послуг, які доповнюють пропозиції компанії, оскільки приносять їй додатковий дохід, оплачуючи посередницькі/додаткові послуги, пов’язані з використанням платформи.

Наприклад, Стів Джобс створив культовий «розумний телефон» (смартфон), який об’єднав функціональність телефона, фотоапарата і відеокамери, інтернет-планшетника, плеєра, КПК,

диктофона, GPS-навігатора, компаса, музичних інструментів, голосового пошуку, інструменту для здійснення покупок через Інтернет тощо. При цьому слід відзначити оригінальний дизайн, легкість і компактність – і разом із функціональністю вийшла чудова багатофункціональна платформа, яка поєднала мобільних операторів і мобільних ритейлерів, власників цифрового контенту, розробників додатків для iPhone і користувачів послуг мобільного зв'язку тощо.

Шведська компанія IKEA реалізувала концепцію мультиформатних торгових центрів: об'єднала магазини різних форматів і напрямів, кафе і ресторани, розважальні зони, сервіси, аптеки, кінотеатри і покупців усіх пропонованих товарів і послуг (прикладом може слугувати ТРЦ «Караван).

10.4 Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства

Аналіз наукової літератури свідчить, що наразі найбільш активного використання набули три **інноваційні бізнес-моделі**: ***інтеграція, диригування, ліцензування***, кожна з яких має свої переваги і недоліки. Кожне підприємство обирає бізнес-модель побудови інноваційного процесу залежно від обсягу інвестицій і результатів аналізу відповідності виробничих можливостей підприємства потребам ринку в запланованих до випуску продуктових інноваціях, оскільки можливості залежно від ситуації можуть мати різні значення.

Інноваційна бізнес-модель визначає способи комерціалізації і реалізації ідей і технологій. Від вибору бізнес-моделі залежать такі елементи окупності, як час, протягом якого виробництво продукції досягає необхідного обсягу, можливість успішного повернення інвестицій, обсяг прибутковості і розподілу доходу і ризику між різними учасниками на стадіях комерціалізації і реалізації. Багато великих інноваційних компаній успішно застосовують у своїй діяльності три бізнес-моделі в різних поєднаннях і, якщо потрібно, переходять від однієї бізнес-моделі до іншої залежно від змін, що відбуваються всередині компанії, і кон'юнктури ринку з метою підвищення окупності інвестицій.

Наразі *інтеграція* – це традиційна і домінуюча в бізнесі інноваційна модель. Вибір підприємствами такої моделі

управління інноваціями пов’язаний із їхнім прагненням самостійно контролювати фактори, що впливають на прибутковість, з можливістю максимального використання переваг, які приносять інновації при досягненні позитивних результатів, а також із прагненням зниження ризику витоку інформації при залученні сторонніх організацій. Крім того, обираючи модель інтеграції і повністю контролюючи весь процес, підприємство отримує унікальні знання, тобто отримує значні непрямі переваги, які можуть бути використані в подальшому для отримання прибутку. Слід зазначити, що модель інтеграції не виключає співпрацю з постачальниками, продавцями, партнерами, консультантами та іншими підприємствами [5].

Інтеграційна бізнес-модель інноваційної діяльності є найбільш оптимальною для компаній, що мають у розпорядженні достатню кількість виробничих потужностей і ресурсів для створення ціннісної пропозиції і донесення її до цільової аудиторії, які не бажають втрачати і ділитися цінними знаннями та секретами з іншими компаніями, здатних управляти ризиками, а також тих, що прагнуть зберегти повний контроль над інноваційним процесом.

Застосування ***бізнес-моделі диригування*** є більш доцільним у тому випадку, якщо підприємства не мають достатнього обсягу ресурсів, необхідних для створення нового продукту, або якщо вони вважають, що можуть досягти великих успіхів у сфері інновацій, співпрацюючи з одним або декількома партнерами, використовуючи їхні активи і ресурси в спільній діяльності. Модель диригування при правильній організації дозволяє вносити зміни в продукцію на етапах комерціалізації і реалізації, враховуючи зміни кон’юнктури ринку, або дії конкурентів, забезпечуючи підприємству гнучкість в умовах посилення мінливості ринку. Застосуванню даної моделі сприяє зростання кількості високопрофесійних і вузькоспеціалізованих компаній, що мають відповідні вміння і ресурси, а також бажають співпрацювати з іншими компаніями [5].

На сучасному етапі все більшої поширеності отримує третя інноваційна бізнес-модель – ***ліцензування***, що являє собою спосіб комерціалізації нової ідеї, технології, послуги. Модель ліцензування для багатьох компаній стає найкращим способом

забезпечення окупності коштів, вкладених в інновації, способом, який дозволяє більш вигідно для себе використати ресурси інших компаній, отримуючи прибуток від власних ідей та інтелектуальних активів, при цьому не вкладаючи кошти в їхні комерціалізацію і реалізацію. Можна ліцензувати свою технологію і стягувати ліцензійний платіж з кожної одиниці продукції, при виробництві якої використовується ваша технологія. *Бізнес-модель ліцензування* – це одна з форм відкритого інноваційного процесу, і при грамотному управлінні вона може стати низьковитратним і високоприбутковим бізнесом. Використовуючи цю модель, можна отримати віддачу, що перевершує вигоду, характерну для інших бізнес-моделей [5].

Зважаючи на основні принципи побудови інноваційних бізнес-моделей диригування та ліцензування, слід вказати на зміщення діяльності підприємств на користь відкритих інновацій, що базуються на таких принципах, як перехід від використання виключно внутрішніх закритих розробок до використання зовнішніх знань і отримання прибутку від їх застосування; створення стійкої бізнес-моделі суб'єкта господарювання є пріоритетним порівняно з першістю на ринку, оскільки не потрібно бути піонером, щоб отримати прибуток від відкриттів; необхідно ефективно використовувати як внутрішні, так і зовнішні ідеї і розробки [6]. Ключовою перевагою *відкритих інновацій* є те, що її використання в діяльності підприємства сприяє вирішенню проблеми зростаючих витрат за рахунок використання зовнішніх ресурсів (технологічних і людських), і, таким чином, значної економії часових і грошових ресурсів.

Можна навести безліч прикладів компаній зі світової практики, які успішно вийшли на ринок, використовуючи інноваційні бізнес-моделі. Це FedEx, McDonald's, Amazon, Skype, IKEA, Enterprise, Southwest, eBay, Dell Computers, Starbucks, Groupon, Wal-Mart та ін. При цьому важливо розуміти, що всі ці компанії не ставили перед собою мету перевершити конкурентів на вже сформованому ринку, а пропонували інноваційний підхід до пропозиції аналогічних товарів і послуг.

Лекція 11. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

План

11.1 Етимологія поняття інноваційного потенціалу підприємства.

11.2 Структура інноваційного потенціалу підприємства.

11.3 Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства.

11.1 Етимологія поняття інноваційного потенціалу підприємства

Поняття «інноваційний потенціал» є концептуальним відображенням феномену інновацій. Зовсім недавно воно ввійшло до термінів економічної науки як економічна категорія, але в сучасній економічній літературі, у тому числі й українській, відсутнє однозначне його визначення. Більшість наукових праць, опублікованих в економічній літературі в Україні та за кордоном, присвячені дослідженню та розробленню методології та методів оцінювання науково-технічного чи наукового потенціалу.

Визначення поняття «інноваційний потенціал» відображено в наукових працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених. Слід зазначити, що вперше це поняття ввів до наукового обігу К. Фрімен, який розглядав інноваційний потенціал як фактор, що забезпечує зростання економічної системи завдяки нововведенням. Сучасними науковцями наразі сформовано значну кількість підходів до визначення поняття інноваційного потенціалу підприємства. Проте наразі відсутній єдиний підхід до визначення поняття «інноваційний потенціал підприємства», що зумовлено як недостатнім вивченням цієї проблеми, так і зосередженістю різних авторів на окремих аспектах інноваційного потенціалу.

Законодавчо визначено, що інноваційний потенціал – це сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних і культурно-освітніх можливостей країни (області, регіону, підприємства і т. п.), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки [7]. Попри

важливість законодавчого закріплення визначення інноваційного потенціалу, слід зазначити, що воно не враховує ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності.

Н. І. Верхоглядова та І. О. Каширнікова узагальнили підходи до визначення сутності інноваційного потенціалу і виділили такі [8]:

- інноваційний потенціал як сукупність різних видів ресурсів, що можуть бути використані для здійснення інноваційної діяльності;
- інноваційний потенціал як спроможність підприємства до розроблення та впровадження інновацій;
- інноваційний потенціал як ступінь готовності до здійснення інноваційної діяльності та досягнення інноваційної мети;
- інноваційний потенціал як сукупність можливостей в інноваційній діяльності підприємства;
- інноваційний потенціал як система дій, заходів до розроблення, освоєння та впровадження інновацій;
- комплексний підхід до визначення інноваційного потенціалу.

Ресурсний підхід до визначення сутності інноваційного потенціалу підприємства є одним з найпопулярніших серед науковців. При цьому одні автори включають у це поняття наявні в підприємства ресурси, а інші акцентують увагу на доцільності врахування і прихованих ресурсів. Так, у загальному вигляді під інноваційним потенціалом розуміють сукупність усіх наявних матеріальних і нематеріальних активів підприємства, що використовуються в процесі здійснення інноваційної діяльності.

Другий підхід передбачає визначення інноваційного потенціалу підприємства як спроможності підприємства до розроблення та впровадження інновацій. Так, В. Матвейкін визначає інноваційний потенціал характеристикою здатності системи до зміни, поліпшення, прогресу. Цей підхід до визначення інноваційного потенціалу враховує наявність компонентів потенціалу, здатність їх використання. Водночас не уточнюється структура ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності, і готовність підприємства для неї [8].

Прибічники третього підходу трактують інноваційний потенціал як ступінь готовності до здійснення інноваційної

діяльності та досягнення інноваційної мети. Наприклад, Л. Федулова трактує це поняття як ступінь готовності підприємства реалізувати завдання, завдяки яким можна досягти поставленої інноваційної мети, тобто рівень готовності до здійснення інноваційного проєкту. Перевагою підходу є те, що він враховує достатність рівня потенціалу для інноваційної активності економіки. Однак при цьому не уточнюється структура ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності, і збалансованість компонентів потенціалу підприємства [8].

Комплексний підхід є спробою об'єднання різних характеристик окремих підходів у єдиному визначенні. В. Гончаров і Є. Іванова визначають інноваційний потенціал як органічне поєднання ресурсів, здібностей і можливостей підприємства при здійсненні інноваційної діяльності. Так, В. Верба та І. Новікова визначають інноваційний потенціал підприємства як сукупність інноваційних ресурсів, які перебувають у взаємозв'язку, і забезпечувальних факторів (процедур), які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Дотримуючись комплексного підходу, **інноваційний потенціал підприємства,** на нашу думку, слід розглядати як сукупність виробничих, наукових, фінансових, маркетингових, кадрових, організаційних та інших ресурсів і можливостей, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність, і факторів, які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів і можливостей з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

11.2 Структура інноваційного потенціалу підприємства

У наш час в економічній літературі, як вже зазначалося, не існує єдиної думки і підходу щодо визначення структури інноваційного потенціалу підприємства. Зрозуміло, що він є складовою системи вищого рівня – економічного потенціалу

підприємства. Деякі вчені вважають, що інноваційний потенціал разом з інформаційним є складовою інтелектуального потенціалу, і не виділяють окремих його складових. Інші як складові інноваційного потенціалу виділяють кадровий, виробничий, фінансовий та інші елементи [9].

Інноваційний потенціал слід розглядати як складну динамічну систему генерування, накопичення і трансформування наукових ідей і науково-технічних результатів в інноваційні продукти, процеси. Інноваційний потенціал підприємства – це підсистема цілісної системи, у якій він взаємодіє з іншими елементами потенціалу підприємства (кадровим, науково-технічним, виробничим, технологічним тощо). Тобто інноваційний потенціал виступає ядром загального економічного потенціалу підприємства і органічно входить до його складових – науково-технічної, кадрової, виробничої, технологічної, фінансової та ін., і визначає реальну потенційну можливість підприємства щодо здійснення інноваційного розвитку (рисунок 11.1) [9].

Таким чином, можна стверджувати, що, з одного боку, інноваційний потенціал входить до складу кожного елемента потенціалу підприємства, з іншого боку, кожен з елементів потенціалу підприємства забезпечує його інноваційний потенціал. Дійсно, для здійснення інноваційної діяльності потрібні матеріально-технічна технологічна база, фінансові ресурси, кадрові забезпечення, інформаційні ресурси тощо.

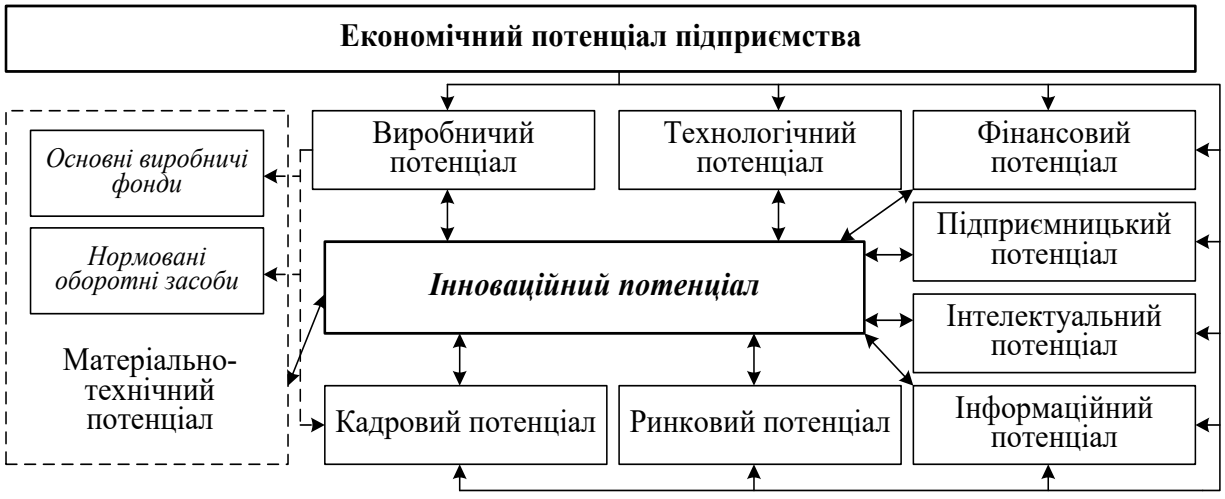

Рисунок 11.1 – Місце інноваційного потенціалу в економічному потенціалі підприємства

З огляду на вище зазначене до ***складових інноваційного потенціалу*** слід віднести такі основні з них: *ринковий, інтелектуальний, кадровий, технологічний, інформаційний, інтерфейсний, науково-дослідний потенціали*. У процесі управління інноваційним розвитком підприємства необхідно проводити оцінювання достатності інноваційного потенціалу в розрізі його ключових складових з метою розроблення дієвої стратегії реалізації та розвитку інноваційної діяльності підприємства.

11.3 Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства

Забезпечення інноваційного зростання підприємства залежить від рівня сформованого інноваційного потенціалу, що актуалізує проведення відповідного оцінювання за таким алгоритмом: назва складової інноваційного потенціалу; основні характеристики, що свідчать про посилення (послаблення) складової, що розглядається; функціональні підрозділи підприємства, що відповідають за цю складову; стисле викладення методики оцінювання її рівня, зокрема критеріїв оцінювання. Схематично особливості оцінювання інноваційного потенціалу підприємства в розрізі ринкової, інтелектуальної, кадрової, технологічної, інформаційної, інтерфейсної та науково-дослідної складових наведено на рисунку 11.2 [9].

Ринкова складова відображує ступінь відповідності внутрішніх можливостей розвитку підприємства тим, що генеруються ринковим зовнішнім середовищем. *Про послаблення ринкової складової інноваційного потенціалу свідчать* зменшення частки ринку, яку займає підприємство; послаблення конкурентних позицій і здатності протидіяти конкурентному тиску; зниження адаптаційних можливостей підприємства до змін на ринку, відставання від вимог ринку тощо. За дану складову інноваційного потенціалу несе відповідальність *служба маркетингу*.

Оцінювання ринкової складової інноваційного потенціалу може бути виконано за методикою SWOT-аналізу, при якому фактори оцінюються в розрізі зовнішнього середовища – можливості і загрози розвитку, підприємства – сильні і слабкі сторони його діяльності.

Рисунок 11.2 – Зміст складових і особливості оцінювання інноваційного потенціалу підприємства

Вплив кожного з факторів на можливості розвитку підприємства по інноваційному шляху запропоновано оцінювати за допомогою коефіцієнтів впевненості, які вимірюються за шкалою від -1 до +1. Кожен із факторів розглядається як свідчення за або проти можливостей розвитку інноваційним шляхом. При цьому можливості, що надаються ринком, і сильні сторони підприємства оцінюють від 0 до +1, а загрози і слабкі сторони – від 0 до -1. Значення коефіцієнта впевненості відображує ступінь впевненості в тому, що вплив фактора, що вимірюється ним, збільшує (+) або зменшує (-) можливості розвитку на основі інновацій. Значення коефіцієнтів упевненості факторів визначають на підставі минулого досвіду або експертним методом. Надалі отримані оцінки послідовно комбінують, інтегральну оцінку комплексу факторів порівнюють з таблицею ухвалення рішень і надають висновок про достатність ринкової складової інноваційного потенціалу підприємства [9].

Інтелектуальна складова визначає можливості генерації і сприйняття ідей і задумів інновацій, доведення їх до рівня нових технологій, продукції, організаційних і управлінських рішень. *Негативний вплив на цю складову* мають такі фактори: відтік провідних висококваліфікованих працівників; зниження питомої ваги інженерно-технічних і наукових працівників у загальній кількості працівників; зниження активності винахідництва і раціоналізаторства; зниження освітнього рівня працівників, у т. ч. апарату управління, тощо.

За інтелектуальну складову інноваційного потенціалу відповідають відділ кадрів і безпосередньо керівництво середньої та вищої ланки управління. Рівень інтелектуальної складової інноваційного потенціалу може бути визначений на основі розрахунку таких показників [9]:

- плинність працівників високої кваліфікації, яка розрахо-вується як відношення кількості працівників, що звільнилися, до загальної кількості працівників даної кваліфікації;
- питома вага інженерно-технічних і наукових працівників, що розраховується як відношення їхньої кількості до всієї кількості працівників;
- показник активності винахідництва (раціоналізації), що визначається як відношення кількості винаходів (рацпропозицій) до кількості працівників або інженерно-технічних працівників;

- показник освітнього рівня, який визначається як відношення кількості осіб, які мають вищу (спеціальну) освіту відповідно до профілю діяльності підприємства, до загальної кількості працівників і т. п.

Ці та інші аналогічні показники коефіцієнти порівнюють з показниками інших підприємств або аналізують у динаміці. Надалі розраховують інтегральний показник оцінювання інтелектуальної складової інноваційного потенціалу і визначають середні значення інтегрального показника для галузі (ринку) або конкретного підприємства за декілька років. За ступенем відхилення фактичних значень від середнього рівня можна зробити висновок про рівень інтелектуальної складової інноваційного потенціалу підприємства. Отже, оцінити рівень інтелектуальної складової інноваційного потенціалу підприємства можна за допомогою методу різниць і показників, що характеризують стан його інтелектуальної складової [9].

Кадрова складова (у ряді випадків її ототожнюють з інтелектуальною) характеризує можливості персоналу підприємства застосувати нові технології, реалізувати нові організаційні і управлінські рішення, провести нові товари. *До основних негативних впливів відносять* відтік кадрів; плинність кадрів; фізичне старіння кадрів, старіння їхніх знань і кваліфікації; низьку кваліфікацію кадрів; поєднання основної діяльності з роботою в інших організаціях, що пов’язана як з низькою віддачею працівника, так і з можливим виходом конфіденційної інформації за межі підприємства, тощо. За кадрову складову відповідають відділ кадрів і служба професійно-технічного навчання (якщо вона виділена окремо). Розрахунок рівня кадрової складової виконують аналогічно викладеному вище, вніcши зміну до складу показників. У ряді випадків показники інтелектуальної і кадрової складових об’єднують [9].

Технологічна складова відображує здатність оперативно переорієнтувати виробничі потужності і налагодити економічно ефективне виробництво нових продуктів відповідно до запитів споживачів. *До основних негативних впливів* відносять дії, направлені на зниження технологічного потенціалу підприємства; порушення технологічної дисципліни; моральне старіння устаткування, технологічного оснащення і технологій, що

використовуються. Відповідальними за забезпечення розвитку технологічного потенціалу є відділи головного конструктора, головного технолога, головного механіка. Показники рівня технологічної складової інноваційного потенціалу підприємства можуть бути розраховані аналогічно двом попереднім складовим, проте склад показників буде іншим. Так, наприклад, слід використовувати такі показники, які характеризують технологічний потенціал підприємства (з урахуванням економічних результатів його діяльності) [9]:

- рівень прогресивності технології, що розраховується як відношення кількості прогресивних сучасних технологій (на рівні кращих серед підприємств, що працюють на конкретному ринку) до загальної їхньої кількості на підприємстві;
- рівень прогресивності продукції, що розраховується як відношення кількості найменувань розроблених нових прогресивних видів продукції до їхньої загальної кількості;
- рівень технологічного потенціалу, що розраховується як частка технічних і технологічних рішень на рівні винаходів у загальній кількості нових рішень, що використовуються у виробничому процесі, тощо.

Інформаційна складова відображує інформаційну оснащеність (забезпеченість) підприємства, ступінь повноти, точності і суперечності інформації, необхідної для ухвалення ефективних інноваційних рішень. Відповідають за інформаційну складову відділ науково-технічної інформації і відділ маркетингу. Як показники рівня інформаційної складової можуть бути використані такі коефіцієнти [9]:

- коефіцієнт повноти інформації, що розраховується як відношення об’єму інформації, що є в розпорядженні особи, яка приймає рішення (ОПР), до об’єму інформації, необхідної для ухвалення рішення;
- коефіцієнт точності інформації, що розраховується як відношення об’єму інформації до загального об’єму в розпорядженні ОПР інформації;
- коефіцієнт суперечності інформації, що розраховується як відношення кількості незалежних свідоцтв на користь ухвалення рішення до загальної кількості незалежних свідоцтв в об’ємі інформації.

Рівень інформаційної складової інноваційного потенціалу підприємства може бути визначений шляхом множення коефіцієнтів.

Інтерфейсна складова характеризує можливість приведення у відповідність різноспрямованих інтересів суб'єктів інноваційного процесу. *Загрозу мають* суперечності інтересів суб'єктів інноваційного процесу, що призводять до погіршення взаємодії з економічними контрагентами підприємства-інноватора в процесі реалізації інноваційних проєктів: постачальниками, торговими і збутовими посередниками, інвесторами, споживачами тощо. За дану складову відповідає відділ маркетингу. Оцінювання інтерфейсної складової інноваційного потенціалу можливо здійснювати на основі бальної оцінки таких критеріїв, як розширення адаптаційних можливостей; зростання конкурентного потенціалу; розширення ринку; зростання прибутку; підвищення економічної безпеки; підвищення іміджу тощо. Такого роду оцінка характеризує ступінь зацікавленості аналізованого контрагента в просуванні на ринку конкретної інновації [9].

Науково-дослідна складова характеризує наявність доопрацювання результатів науково-дослідних робіт, достатнього для генерації нових знань, здатність проведення досліджень з метою перевірки ідей новації і можливості використовування новацій у виробництві нової продукції. Як загрози науково-дослідному розвитку підприємства слід виділити зниження науково-дослідної активності; відсутність чітких стратегічних перспектив проведення науково-дослідних робіт; відсутність наукового доопрацювання; зниження рівня фінансування досліджень тощо. За дану складову несуть відповідальність науково-дослідні підрозділи (лабораторії) і особисто головний інженер. Узагальнене оцінювання науково-дослідної складової інноваційного потенціалу підприємства можна виконати за такими показниками: частка витрат на НДДКР в об'ємі товарної продукції; частка витрат на використання науково-технічних досягнень (упровадження нових технологій і нової техніки) в об'ємі товарної продукції; частка наукових, інженерних і технічних кадрів у загальній чисельності зайнятих; співвідношення витрат на НДДКР і витрат на упровадження нової техніки тощо [9].

Оцінювання складових елементів у подальшому є основою для розрахунку комплексного інтегрального показника

оцінювання інноваційного потенціалу підприємства як середньозваженої складових. Чим ближче її значення до 1, тим вище інноваційний потенціал. Оцінка нижче 0,5 свідчить про послаблення потенціалу підприємства. Аналіз окремих складових дозволяє зробити висновок про джерела виникнення загроз зниження інноваційного потенціалу підприємства.

Окрім комплексного підходу до оцінювання інноваційного потенціалу підприємства значного поширення набула бальна оцінка. Розглянемо особливості діагностики інноваційного потенціалу на основі використання бальної оцінки на прикладі локомотивного депо.

Оцінювання інноваційного потенціалу локомотивного депо слід здійснювати в такій послідовності: аналіз структури інноваційного потенціалу; виявлення ступеня використання внутрішніх інноваційних можливостей підприємства; оцінювання рівня інноваційної активності підприємства. Перший етап діагностики інноваційного потенціалу – аналіз структури інноваційного потенціалу – передбачає вивчення стану кожного його елемента на основі методу експертних оцінок. Бальна оцінка використання підприємством потенціалу кожного з елементів інноваційного потенціалу проводиться за такою шкалою: 0 балів – зовсім не використовується; 1 бал – низький рівень; 2 бали – середній рівень; 3 бали – високий рівень використання потенціалу елемента [10, 11].

Для локомотивного депо такими параметрами оцінювання складових інноваційного потенціалу можуть бути:

- *складова «Виробничі можливості»*: ступінь використання виробничої потужності; рівень прогресивності застосовуваних технологій; ступінь гнучкості виробництва;
- *складова «Кадрові можливості»*: рівень кваліфікації персоналу; ступінь готовності персоналу до змін на підприємстві; розвиненість системи мотивації персоналу; ступінь творчої ініціативності персоналу;
- *складова «Науково-технічні можливості»*: рівень раціоналізаторської активності; забезпеченість доступу раціоналізаторів до інформаційних джерел; рівень використання розробок; рівень активності персоналу;
- *складова «Маркетингові можливості (підсобно-допоміжної діяльності)»*: раціональність використання каналів

розподілу товарів; гнучкість цінової політики; рівень використання реклами; ефективність системи збуту;

- *складова «Організаційні можливості»*: ступінь інноваційної спрямованості організаційної структури; рівень відповідності організаційної культури інноваційному розвитку підприємства; рівень компетенції керівників; розвиненість системи інформаційного забезпечення;

- *складова «Фінансові можливості»*: коефіцієнт абсолютної ліквідності; коефіцієнт швидкої ліквідності; коефіцієнт загальної ліквідності; фінансова стійкість підприємства; прибутковість підсобно-допоміжної діяльності тощо.

За результатами оцінювання складових елементів інноваційного потенціалу визначаються інноваційні можливості підприємства. Слід відзначити, що чим вище рівень використання складових елементів інноваційного потенціалу, тим більше в підприємства конкурентних переваг для здійснення ефективної інноваційної діяльності [10, 11].

Заключний етап діагностики інноваційного потенціалу передбачає визначення рівня інноваційного потенціалу підприємства за допомогою узагальнюючого показника – коефіцієнта інноваційної активності підприємства, розрахунок якого здійснювався за такою методикою:

$$P_{ін.акт} = \sum_{i=1}^{n} (P_i \cdot W_i), \qquad (11.1)$$

де $P_{ін.акт.}$ – рівень інноваційної активності підприємства;

P_i – експертна оцінка використання i-го елемента інноваційного потенціалу, бал;

W_i – коефіцієнт вагомості i-го елемента інноваційного потенціалу.

Оцінювання рівня інноваційної активності рекомендовано здійснювати за такою шкалою: 8,1 – 11,55 – високий рівень; 4,1 – 8,0 – середній рівень; 0 – 4,0 – низький рівень [10, 11].

Підсумковим етапом є визначення джерел і розроблення комплексу заходів підвищення інноваційної активності підприємства.

Лекція 12. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

План

12.1 Характеристика методів і видів джерел фінансування інноваційної діяльності. Стан інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств в Україні.

12.2 Механізми мобілізації власних коштів підприємств.

12.3 Засоби мобілізації позикових коштів підприємств.

12.4 Засоби мобілізації залучених коштів підприємств.

12.1 Характеристика методів та видів джерел фінансування інноваційної діяльності. Стан інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств в Україні

Здатність підприємства-інноватора акумулювати достатньо коштів для реалізації інноваційних проєктів впливає на швидкість виведення інновації на ринок, а отже, на її комерційний успіх. Однак не кожна підприємницька структура має достатньо власних коштів для цього, що зумовлює пошук інших джерел їх надходження. Інвестиції, залучені з різних джерел, мають різну ціну. На їхню вартість впливають, зокрема, організаційна форма фінансування і тривалість інвестиційного періоду. Вибір ефективних форм фінансування інноваційних програм і проєктів забезпечує високу економічну віддачу інноватору та інвестору.

Інноваційна діяльність сьогодні потребує значних витрат, що обумовлено великою наукомісткістю інноваційних продуктів. Навіть великі корпорації не завжди мають достатньо коштів, щоб самостійно фінансувати створення та впровадження нового продукту. Тому кожне підприємство, зважаючи на свої можливості, має розробляти оптимальну стратегію фінансування інноваційної діяльності. Це передбачає належне економічне обґрунтування інноваційних програм і проєктів, визначення джерел і суб’єктів їх фінансування та своєчасне забезпечення надходжень коштів протягом періоду їх реалізації.

За Законом України «Про інноваційну діяльність», інноваційним визнається проєкт, яким передбачаються розроблення,

виробництво і реалізація інноваційного продукту і (або) інноваційної продукції, що відповідають вимогам статей 14 і 15 цього Закону [12]. У таблиці 12.1 наведено основні принципи побудови системи фінансування інновацій і джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств.

Таблиця 12.1 – Особливості фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні

Принцип побудови системи фінансування інновацій на підприємстві	*Джерело фінансування інноваційної діяльності*
1) чітка цільова орієнтація, що сприяє швидкому й ефективному впровадженню інновацій; 2) логічність, економічна обґрунтованість і юридична захищеність прийомів і механізмів залучення інвестицій; 3) множинність джерел фінансування; 4) комплексність і гнучкість, що передбачає здатність одночасно фінансувати заплановані технічні та технологічні нововведення, ефективно перерозподіляючи грошові потоки	а) кошти Державного бюджету України; б) кошти місцевих бюджетів і бюджету АР Крим; в) власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; г) власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; д) кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб; е) інші джерела, не заборонені законодавством України

Інвестування інноваційних процесів є ризикованою справою, однак у разі успіху віддача від інвестицій значно більша, ніж від поточної діяльності. Як правило, компанії прагнуть фінансувати ті проєкти, які мають значний потенціал ефективності і забезпечать їм високі прибутки. Ідеться про інновації науково-технічної, організаційної, економічної, соціальної сфер. Економічні результати їх реалізації залежать передусім від характеристик самої інновації, однак велике значення для успішної реалізації інноваційного проєкту мають

умови залучення фінансових ресурсів, а отже, джерела фінансування (таблиця 12.2).

Таблиця 12.2 – Інвестиції для фінансування інноваційних програм

<table>
<tr><th>Прямі</th><th>Супутні</th><th>Фінансування науково-дослідних робіт (забезпечують і супроводжують проект)</th></tr>
<tr><td>Використовуються безпосередньо для реалізації інноваційного проєкту:</td><td rowspan="4">Вкладення в об’єкти, пов’язані територіально і функціонально з інноваційним об’єктом і необхідні для його нормальної експлуатації (під’їзні колії, лінії електропередач, каналізація тощо), а також вкладення невиробничого характеру (охорона навколишнього середовища, соціальна інфраструктура тощо)</td><td>Матеріальні засоби (устаткування, стенди, комп’ютери і різні прилади), необхідні для проведення передпроєктних досліджень</td></tr>
<tr><td>- в основні фонди (нове обладнання, будівлі, споруди або їх модернізація)</td><td rowspan="3">Оборотні кошти, наприклад для забезпечення поточної діяльності НДІ чи закладу вищої освіти на замовлення підприємства</td></tr>
<tr><td>- оборотні засоби (при зростанні обсягів)</td></tr>
<tr><td>- нематеріальні активи (найчастіше пов’язані з придбанням нової технології (патенту чи ліцензії)</td></tr>
</table>

Джерелами фінансування інноваційної діяльності українських підприємств можуть бути як власні, так і залучені та позикові кошти (рисунок 12.1). Підприємство може використовувати різні джерела фінансування для реалізації інноваційних проєктів. Кожне з них має свої переваги і недоліки, тому прийняття рішень щодо їх вибору слід ретельно обґрунтовувати.

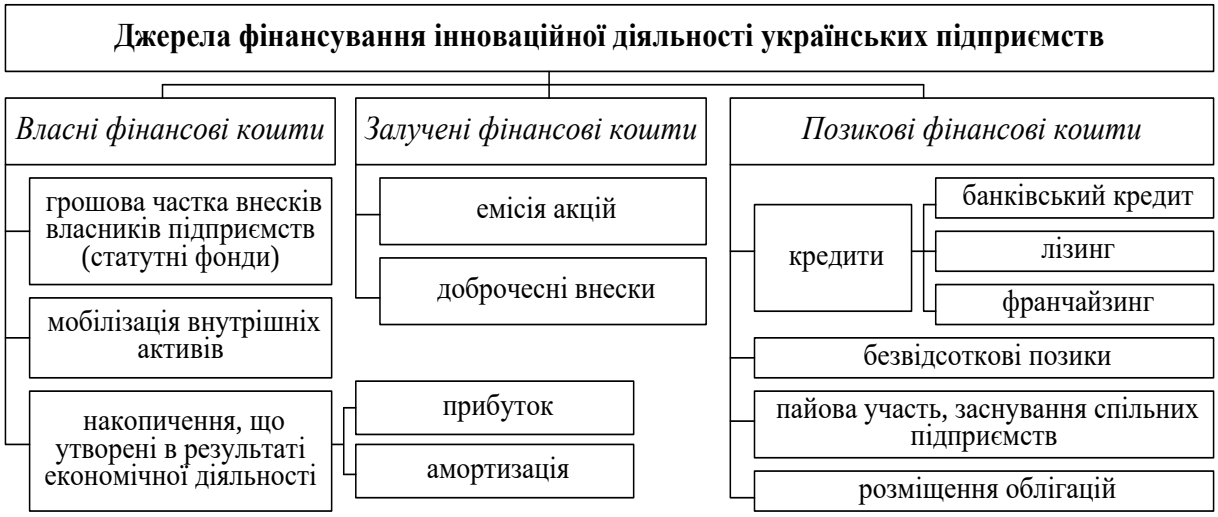

Рисунок 12.1 – Види джерел фінансування інноваційної діяльності українських підприємств

В Україні наразі темпи зростання обсягів фінансування інноваційної діяльності підприємств не відповідають наявним потребам, що зумовлює зниження рівня інноваційної активності вітчизняних підприємств і обмежує їхній потенціал щодо забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку (рисунок 12.2).

Рисунок 12.2 – Динаміка обсягу фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні протягом 2005-2019 років

Відтак у 2019 році обсяг фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств склав 14,2 млрд грн, з яких 87,7 % – власні кошти, 3,9 % – кошти державного бюджету, 0,3 % – кошти інвесторів-нерезидентів, 8,1 % – кошти інших джерел. Зважаючи на складне фінансове становище вітчизняних промислових підприємств і високий рівень їх збитковості, кількість інноваційних активних підприємств постійно знижується, досягнувши у 2019 році лише 13,8 % їхньої загальної кількості. Знижується і рівень інноваційної активності підприємства: якщо у 2005 році питома вага інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції підприємствами складала 6,5 %, у 2010 році – 3,8 %, то у 2019 році – лише 1,3 % [13].

12.2 Механізми мобілізації власних коштів підприємств

Механізм мобілізації власних коштів передбачає *реінвестування прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства; інвестування за рахунок амортизаційних відрахувань*. Наявність власних коштів для фінансування інвестицій значною мірою визначає інвестиційну активність суб'єктів господарювання, оскільки відсутність власних коштів знижує їхню привабливість для інших інвесторів [14].

Існує два ***основних джерела власних інвестиційних ресурсів***: *прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства (нерозподілений прибуток); амортизаційні відрахування*.

Як показує зарубіжний досвід, підприємницькі структури при певних економічних умовах і сприятливому інвестиційному кліматі інвестують значну частину прибутку у власний розвиток. Так, у країнах із розвиненою ринковою економікою рівень самофінансування інвестицій вважається високим при перевищенні питомої ваги власних джерел 60 %, а при рівні самофінансування нижче 50 % інвестування вважається ризиковим. Частка власних джерел інвестування в загальному обсязі інвестицій становить у Японії – 68,9 %, США – 63,5 %, Великій Британії – 62,1 %, ФРН – 55,3 %, Франції – 52,1 % [14]. Аналіз світового досвіду показує, що стимулювання інвестиційних процесів методами податкової та кредитної політики дозволяє підвищити конкурентоспроможність економіки в

цілому. Тому для активізації цього джерела у вітчизняній економіці доцільним є розроблення відповідної законодавчої бази, у першу чергу вдосконалення податкового законодавства.

Проте державна політика України не стимулює *реінвестування коштів вітчизняних підприємств*. На рівні окремих підприємств для інвестування розвитку інноваційної діяльності слід спрямовувати кошти, отримані від реалізації фізично та морально застарілих виробничих засобів, їх оренди. Проте практичне використання даного механізму стикається з недосконалістю системи державного регулювання процесів реінвестування коштів вітчизняних підприємств.

Другим джерелом власних інвестиційних ресурсів є *амортизаційні відрахування підприємств*. В економічно розвинених країнах амортизація є важливим джерелом фінансування інвестицій і становить близько 40 % загального обсягу поточних і капітальних витрат підприємств, що здійснюються з позабюджетних джерел. Позитивним моментом у світлі сказаного є законодавче розширення обсягів амортизаційних фондів. Можливість застосування підприємствами прискореної амортизації стимулює процеси накопичення інвестиційних коштів для їх подальшого використання в інноваційній діяльності вітчизняних підприємств.

Виділяють й інші джерела власного інвестування: довгострокові фінансові вкладення минулих періодів, термін погашення яких закінчується в поточному році; страхові суми відшкодування збитків, пов’язаних із втратою майна; іммобілізація в інвестиції частини надлишкових оборотних активів. Проте їхня частка в загальних обсягах власних джерел фінансування настільки незначна, що більшість фахівців дане джерело не бере до уваги. На сьогодні основним джерелом фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств залишаються їхні власні кошти.

12.3 Засоби мобілізації позикових коштів підприємств

Використання інвестиційних позик і кредитів. Довгострокові позики та кредити у світовій практиці є основними серед позикових джерел фінансування інновацій. Оскільки економічна ситуація характеризується високою мірою нестабільності, що стримує використання кредитування як джерела фінансування

інноваційної діяльності. Умови кредитування в багатьох випадках є неприйнятними внаслідок високої премії за ризик.

Для подолання цього застосовують е*кономічні механізми активізації інвестиційної діяльності,* що використовуються в зарубіжній практиці: дотація держави кредиторам; створення банків довгострокового кредитування (Японія). Банки довгострокового кредитування на відміну від звичайних комерційних банків надають кредити за фіксованою ставкою і на тривалий термін. Можливе також *застосування адміністративних методів*, таких як встановлення обов'язкової частини довгострокових кредитів для комерційних банків тощо.

Венчурне фінансування. У практиці світового бізнесу кінця 70-х – початку 80-х років значного поширення набув венчурний капітал, за допомогою якого фінансується багато інвестиційних проектів. Венчурне фінансування має ряд особливостей: інвестиції здійснюються у формі участі в статутному капіталі підприємства (у більшості випадків); інвестування розраховане на довгостроковий період; інвестори беруть участь у діяльності компанії, що фінансується. За кордоном венчурне фінансування використовують в основному великі компанії. Це дає їм можливість виводити на ринок нову продукцію швидше, ніж вони розробляли б її власними силами, дозволяє оперативно та з меншими затратами перебудовувати систему виробництва та збуту, гнучко реагувати на зміну умов зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання.

У свою чергу в Україні венчурне фінансування інновацій тільки зароджується. На відміну від іноземних фондів, українські венчурні фонди практично не інвестують в інноваційні проєкти, а створюються для оптимізації системи оподаткування компаній і вирішення внутрішніх проблем бізнесу. Перші кроки з використання принципів венчурного бізнесу в Україні було закладено у 2001 році Верховна Ради України прийняла закон «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)», який визначив сутність, особливості створення, функціонування і державного регулювання венчурних фондів. Наразі діє Закон України «Про інститути спільного інвестування», що надає визначення поняття *венчурного фонду* як недиверсифікованого інституту спільного інвестування закритого типу, який здійснює виключно приватне розміщення цінних

паперів інституту спільного інвестування серед юридичних і фізичних осіб [15]. Основними інвесторами українських венчурних фондів є ЄБРР і зарубіжні інвестори.

Починаючи з 2014 року створенням позитивного іміджу України у світі та просуванням українських стартапів займається Українська асоціація венчурного та приватного капіталу (UVCA), що об'єднала близько 50 венчурних фондів, фондів прямих інвестицій, акселераторів, інкубаторів і некомерційних установ. Результати дослідження ринку венчурних і прямих інвестицій в Україні свідчать про те, що 2017 рік став рекордним в історії українського венчурного бізнесу – стартапами було залучено 258,6 млн дол., що втричі більше, ніж у 2016 році. Це підтверджує той факт, що українські стартапи створюють висококонкурентну продукцію, здатну задовольнити потреби споживачів у всьому світі. Яскравим прикладом є додаток Grammarly, онлайн-сервіс із перевірки граматики, що залучив 110 млн дол. У 2018 році обсяг венчурних інвестицій в українські проєкти зріс на 30 % і склав 337 млн дол. У свою чергу у 2019 році цей показник сягнув позначки 510 млн дол. Топ рейтингу найбільш привабливих компаній для інвестицій посіли підприємства у сфері виробництва програмного забезпечення та онлайн-сервісів (272,4 млн дол. і 163,1 млн дол. відповідно) [16, 17].

Інвестування за рахунок випуску і реалізації облігацій підприємства (емісії облігацій). Це джерело мобілізації інвестиційних ресурсів є доступним лише підприємствам, які мають значний статутний капітал, високий імідж, в українських реаліях практично не використовується.

Інвестиційний лізинг. У наш час існують передумови широкого використання цього механізму мобілізації інвестиційних ресурсів. Використовуючи його, лізингоотримувач може скористатися, наприклад, необхідним для нього устаткуванням без одноразової мобілізації для цього власних або позикових коштів. У випадку взаємної зацікавленості договірних сторін лізингові виплати можуть здійснюватися з доходу від продажу виготовленої на даному устаткуванні продукції, при цьому виплата може провадитися як у грошовій формі, так і товарами або послугами. До *основних переваг лізингу* відносять такі: лізинг дозволяє забезпечити високу оперативність і гнучкість у

вирішенні виробничих завдань за рахунок тимчасового використання устаткування, а не його придбання; лізинг дає можливості використання найсучаснішої техніки, дозволяючи при цьому ліквідувати існуючі протиріччя між потребою використання для підвищення конкурентоспроможності та швидким моральним зносом цієї техніки в сучасних умовах. У вітчизняній практиці цей механізм інвестування інноваційного розвитку наразі активно використовується, особливо великими бізнес-суб'єктами. Для більш широкого застосування інвестиційного лізингу вітчизняними підприємствами доцільним є створення спеціальних лізингових компаній і фондів, розширення законодавчої бази.

Інвестиційний селенг розглядається як досить перспективний напрям фінансування інвестицій. Він передбачає передачу за певну плату прав користування та розпорядження майном власника (устаткуванням, будинками та спорудженнями, запасами сировини та матеріалів, цінними паперами, коштами, продуктами інтелектуальної праці). Світова практика свідчить про високу ефективність цього механізму формування інвестиційних ресурсів. У наш час він поширюється і в Україні.

12.4 Засоби мобілізації залучених коштів підприємств

Щодо *засобів мобілізації залучених коштів*, то слід відзначити, що на сьогодні набули поширення такі основні механізми, як залучення коштів від емісії цінних паперів; коштів від розміщення цінних паперів на вторинному ринку; розширення статутного капіталу за рахунок додаткових внесків. Розглянемо їх більш детально.

Механізм залучення коштів від *емісії цінних паперів* використовується акціонерними товариствами. Залучення інвестиційних ресурсів здійснюється, як правило, шляхом емісії акцій і реалізації їх серед інвесторів. Інвестори можуть бути як вітчизняними, так і зарубіжними. Деякі вітчизняні акціонерні підприємства залучають кошти іноземних партнерів шляхом продажу їм великих пакетів акцій. Слід зазначити, що більшість акціонерних компаній зосереджує увагу на залученні великих інвесторів, практично не приділяючи уваги малим інвесторам. Як

свідчить світова практика, значна частина населення економічно розвинених країн володіє акціями. Наприклад, у США акціями володіє 60 % сімей. У цілому залучення коштів від емісії цінних паперів дає можливість шляхом диверсифікації джерел інвестування швидко накопичувати кошти, необхідні для інвестування різних видів виробничо-збутової діяльності акціонерних компаній.

Залучення коштів від розміщення цінних паперів на вторинному ринку як джерело інвестиційних ресурсів дозволяє накопичувати акціонерний капітал за рахунок зростання курсу акцій акціонерної компанії, розміщених на вторинному ринку. Розглянутий механізм в Україні перебуває на стадії становлення. Його використання стримується нерозвиненістю фондового ринку, відсутністю механізму участі іноземних інвесторів на вторинному ринку цінних паперів.

Таке джерело залучення інвестицій, як *розширення статутного капіталу за рахунок додаткових внесків*, є основним для неакціонованих підприємств. Через цей механізм залучається основна маса іноземних інвестицій (механізм спільного підприємництва). Використання цього механізму означає, що одержувач інвестицій готовий поступитися частиною своїх повноважень з управління підприємством.

Крім розглянутих вище, на практиці використовуються також такі механізми інвестування, як використання коштів від приватизації держмайна (через Фонд державного майна України); цільові державні кредити; податкові інвестиційні кредити, кредити Всесвітнього банку, гранти тощо. Ці механізми виокремлюють в окрему групу, оскільки вони мають свої специфічні особливості (безпосереднє міждержавне, державне або на місцевому рівні регулювання розвитку пріоритетних напрямів в економіці країни, галузі, регіону).

Отже, розглянуті механізми інвестування можуть бути задіяні конкретним підприємством для реалізації ринкових можливостей інноваційного розвитку. Для інвестування реальних проєктів може бути задіяний один або декілька з перерахованих механізмів (багатоканальне інвестування). У будь-якому випадку необхідно оптимізувати склад джерел інвестицій і механізмів інвестування конкретних підприємств.

Лекція 13. РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

План

13.1 Сутність поняття ризику і класифікація його основних видів.

13.2 Ризики в інноваційній діяльності підприємства.

13.3 Методи оцінювання ризиків в інноваційній діяльності підприємства.

13.4 Управління ризиками в інноваційній діяльності підприємства.

13.1 Сутність поняття ризику і класифікація його основних видів

У сучасній економічній літературі наразі відсутнє єдине визначення поняття ризику. Систематизація підходів до його визначення наведена на рисунку 13.1. Наявність різних підходів до трактування змісту поняття ризику пов'язано з тим, що вченими розглядалися окремі його аспекти.

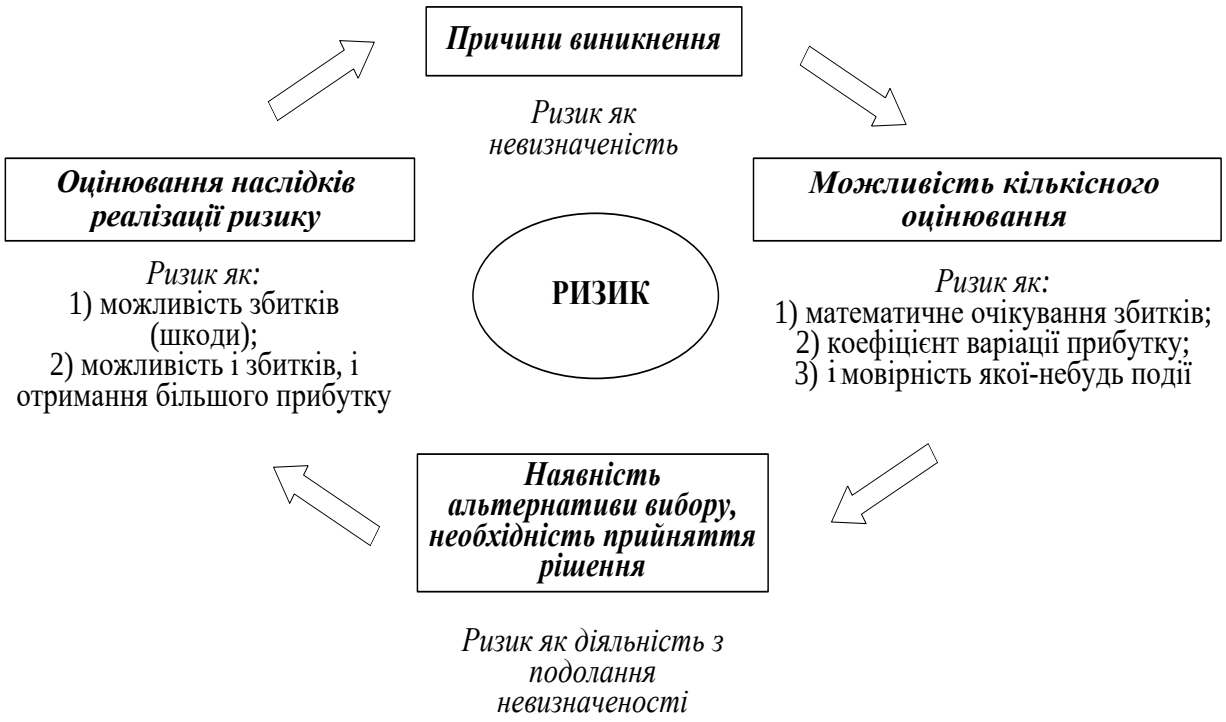

Рисунок 13.1 – Схема взаємопов'язаних характеристик ризику [18]

Найбільш повним визначенням терміна «ризик» з існуючих у літературі є трактування В. Вітлінського [19]: ***економічний ризик*** – це об'єктивно-суб'єктивна категорія, пов'язана з подоланням невизначеності й конфліктності в ситуації неминучого вибору й відображує міру досягнення очікуваного результату, невдачі й відхилення від цілей з урахуванням впливу контрольованих і неконтрольованих факторів.

Щодо структури явища ризику, то слід зазначити, що *основними його елементами* є наявність альтернативних рішень; відсутність упевненості в досягненні поставленої мети; можливість відхилення від передбачуваної мети, заради якої здійснювалася обрана альтернатива; наявність суб'єкта, який приймає рішення; імовірність досягнення бажаного результату; можливість матеріальних, моральних й інших втрат, пов'язаних зі здійсненням обраної в умовах невизначеності альтернативи.

Наразі сформувалася значна кількість підходів до класифікації видів ризику залежно від часу, основних факторів і сфери виникнення, характеру обліку та наслідків тощо. Найбільш повною є класифікація ризиків, запропонована в роботі [20] (рисунок 13.2).

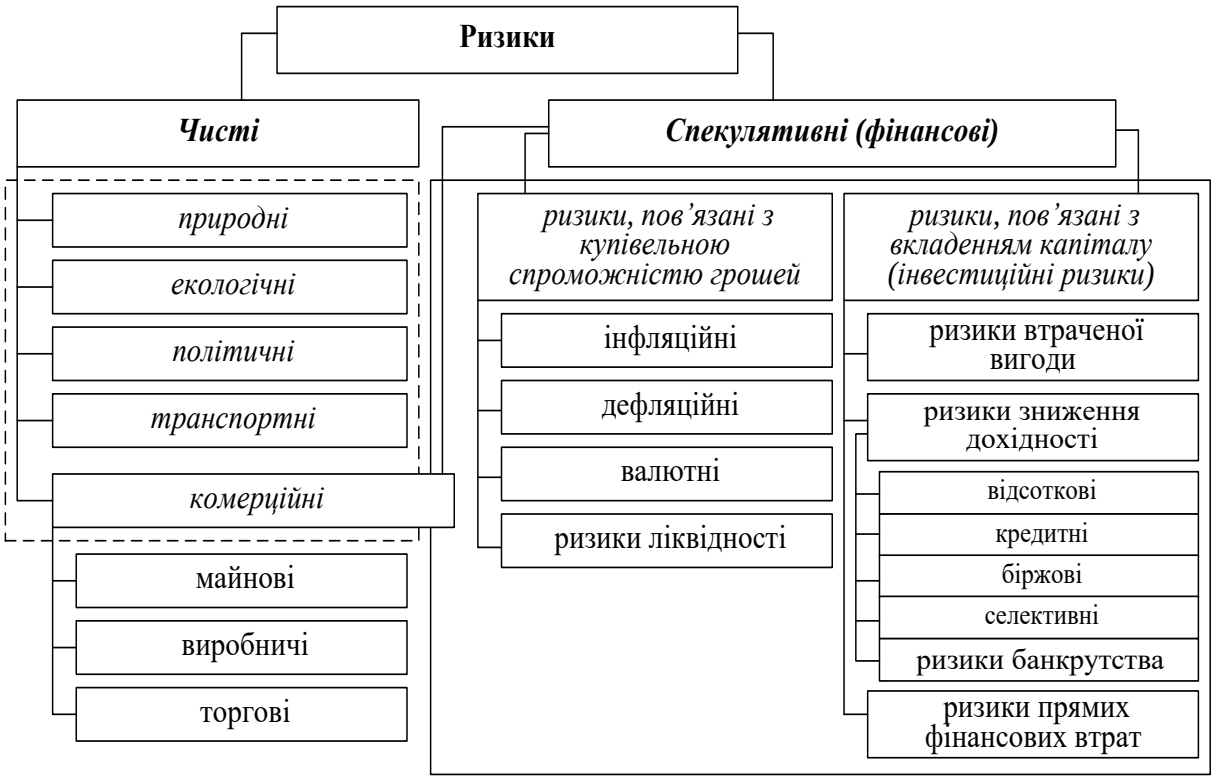

Рисунок 13.2 – Класифікація ризиків

Так, за характером наслідків ризики поділяються на чисті та спекулятивні. *Чисті ризики* характеризуються тим, що вони практично завжди несуть втрати для підприємницької діяльності. Причинами чистих ризиків можуть бути стихійні лиха, війни, нещасні випадки, злочинні дії, недієздатність організації тощо. *Спекулятивні ризики* (динамічні або комерційні) характеризуються тим, що вони можуть нести як втрати, так і додатковий прибуток для підприємця стосовно очікуваного результату. Їхніми причинами можуть бути зміни кон'юнктури ринку, курсів валют, податкового законодавства тощо.

Залежно від сфери підприємницької діяльності виділяють такі види ризиків: виробничий, комерційний, фінансовий ризик, ризик страхування. *Виробничий ризик* пов'язаний з невиконанням підприємством своїх планів і зобов'язань з виробництва продукції, товарів, послуг, інших видів виробничої діяльності. *Комерційний ризик* – ризик, що виникає в процесі реалізації товарів і послуг, створених або придбаних підприємством. *Фінансовий ризик* пов'язаний з можливістю невиконання підприємством своїх фінансових зобов'язань. *Страховий ризик* – ризик настання передбаченої умовами страхування події, у результаті чого страхова компанія зобов'язана виплатити страхове відшкодування. Результатом ризику є збитки, викликані неефективною страховою діяльністю [21].

Залежно від рівня втрат унаслідок впливу ризику на діяльність підприємств виділяють відповідні ***зони ризику*** [22]: *безризикова зона* – зона, у якій втрати не очікується або спостерігається перевищення прибутку; *зона припустимого ризику* – зона, у межах якої цей вид підприємницької діяльності зберігає свою доцільність, а можливі втрати не перевищують величини очікуваного прибутку; *зона критичного ризику* – зона, що характеризується можливістю втрат, які перевищують величину очікуваного прибутку до величини повного розрахункового виторгу (очікуваного доходу); *зона катастрофічного ризику* – зона втрат, що перевищує критичний рівень і може досягти величини, рівної майновому стану підприємства, тобто можливі втрати знаходяться в межах між величиною очікуваного доходу та вартістю основних фондів підприємства.

13.2 Ризики в інноваційній діяльності підприємства

Характерною ознакою розвитку вітчизняної та світової економіки є зростання невизначеності середовища функціонування через ускладнення і посилення дії зовнішніх факторів, загострення конкуренції, обмеженість ресурсів, падіння попиту тощо. Зростання невизначеності посилює ймовірність виникнення ризиків як загалом у процесі діяльності підприємств, так і при реалізації останніми інноваційних проєктів.

Ризик в інноваційній діяльності – це можливість (загроза) втрати господарюючим суб'єктом частини своїх ресурсів, недоотримання доходів чи виникнення додаткових витрат у результаті здійснення виробничо-збутової і фінансової діяльності, яка спирається на нові технології, нові продукти, нові способи їхньої реалізації [23].

Високий рівень ризику є однією з характерних ознак інноваційних процесів підприємств, який пояснюється тим, що інноваційні рішення, з одного боку, потребують значних витрат коштів, а з іншого – не всі інновації приносять очікуваний економічний ефект підприємству [24]. Проте, незважаючи на те, що ризик є вагомою перешкодою для здійснення інноваційної діяльності підприємств, він одночасно створює і значні можливості для отримання конкурентних переваг на ринку (таблиця 13.1).

Таблиця 13.1 – Негативні та позитивні риси інноваційного ризику для суб'єкта підприємницької діяльності [25]

Стримуючі фактори	Стимулюючі фактори
1	2
Фінансові втрати як наслідок неприйняття інноваційного продукту ринком	Покращення фінансових результатів внаслідок успішного впровадження інноваційного проєкту; отримання «надприбутків», використавши переваги першовідкривача
Втрата ділового іміджу в результаті провалу інновації	Зростання іміджу підприємства
Втрачені можливості внаслідок концентрації зусиль на неперспективних проєктах	Випередження конкурентів на даному сегменті ринку

Продовження таблиці 13.1

1	2
Труднощі у фінансуванні інноваційної діяльності	Залучення нових споживачів і підтримання інтересу існуючих шляхом надання їм більш досконалих видів продукції
Трансформація традиційної системи функціонування підприємства та управління його діяльністю	Вдосконалення організаційної структури підприємства
Високі витрати на залучення кваліфікованих працівників для втілення інноваційного проєкту	Реалізація творчого потенціалу працівників підприємства-інноватора
Перебудова налагоджених взаємозв'язків з партнерами, наприклад при неможливості використати існуючі канали постачання сировини чи збуту продукції	Проникнення в нові, фінансово привабливіші сфери діяльності, освоєння більш прибуткових ринків

Інноваційні ризики – це результат специфічної сфери діяльності, що *характеризується низкою особливостей, які необхідно враховувати у процесі управління інноваційними проєктами*. Основними з них є [26] розтягненість інноваційних проєктів у часі; до реалізації інноваційних проєктів залучають велику кількість учасників; інноваційні проєкти часто мають комплексний характер, тобто поєднує різі види діяльності.

У найбільш загальному вигляді інноваційні ризики поділяють на ***загальні та специфічні***. Інноваційні ризики, які притаманні будь-якому підприємству незалежно від напряму діяльності, – це *загальні ризики*. У свою чергу *специфічні ризики* залежать від сфери діяльності підприємства.

Джерелом ризику інноваційної діяльності підприємства є вплив факторів мікро- і макросередовища. *Ризики, спричинені впливом факторів макросередовища*, поділяються [23] на *економічні* (зміна економічної ситуації може призвести до втрати конкурентоспроможності інноваційної продукції); *політико-правові* (проявляються у вигляді можливих несприятливих змін суспільного або правового середовища підготовки чи реалізації

інноваційних проєктів); *соціально-демографічні* (виникають через конфлікт інтересів різних соціальних груп населення, що може спричинити несприйняття інновації на початку інноваційного процесу або після виведення інновації на ринок); *екологічні* (проявляються як потенційні втрати товаровиробників через екодеструктивні наслідки споживання або виробництва товарів); *технологічні* (виникають через можливі зміни в науково-технологічному прогресі).

Ризики, спричинені впливом факторів мікросередовища, поділяються на *конкурентні* (виникають унаслідок випереджаючих щодо інноваційної діяльності дій конкурентів); *постачальницькі* (зумовлені складністю отримання нових видів ресурсів для виробництва інноваційної продукції); *комерційні* (виникають внаслідок змін умов взаємодії з торговельними і збутовими посередниками, які не завжди можуть швидко відреагувати на зміну асортименту підприємства); *споживчі* (виникають через дію раціональних очікувань споживачів і зміни у їхніх запитах); *стейкхолдерні* (зумовлені змінами взаємодії з різними групами зацікавлених сторін організації, інтереси яких стосовно інновацій можуть бути прямо протилежними). Тобто *джерелами ризику в інноваційній діяльності підприємства, що належать до факторів мікросередовища*, є конкуренти, постачальники, споживачі [23].

13.3 Методи оцінювання ризиків в інноваційній діяльності підприємства

Інноваційна діяльність пов’язана з ризиком, оскільки основною функцією інновацій та інноваційної діяльності є зміни, а зміни завжди пов’язані з певною невизначеністю щодо очікуваних результатів а, отже, з ризиком. Враховуючи це, раціональною вважається поведінка менеджера, який при розробленні та виконанні інноваційних проєктів не ігнорує ризик, а враховує або керує ним [23].

Існують різні підходи до врахування ризику при оцінюванні ефективності і обґрунтуванні доцільності реалізації інноваційних проєктів [23].

1 *Урахування ризику при визначенні норми дисконту* через коригування норми дисконту залежно від обраного напряму

інноваційного розвитку. У процесі аналізу визначається, до якої класифікаційної групи належить існуючий ризик реалізації певного інноваційного проєкту, після цього здійснюється переоцінювання, наприклад, прибутковості з урахуванням підвищення відсоткової ставки на величину премії за ризик.

2 Метод сценаріїв, за яким при аналізі можливого розвитку подій на ринку визначають декілька сценаріїв, наприклад оптимістичний, песимістичний і реальний. Після чого експертним методом визначають імовірності настання сценаріїв розвитку подій і майбутні ефекти залежно від комбінацій і сили факторів впливу. Отримане інтегральне значення потенційного ефекту може бути використане як критерій оцінки доцільності реалізації інноваційного проєкту.

3 Аналітичний метод, що передбачає оцінювання ризику альтернативних інноваційних проєктів через використання показників чистого приведеного доходу NPV, періоду окупності PP, індексу дохідності (рентабельності) PI, внутрішньої норми дохідності IRR. Загалом економічна ефективність інноваційного проєкту визначається розміром чистого прибутку, отриманого за рахунок реалізації інновації протягом життєвого циклу проєкту. При розрахунку економічної ефективності враховується зміна вартості грошей у часі, оскільки від вкладення інвестицій до отримання прибутку минає певний проміжок часу.

4 Метод, що передбачає побудову дерева рішень, гілки якого відображують різні варіанти розвитку подій під час реалізації інноваційного проєкту. Гілки дерева оцінюють відповідно до суб'єктивних або об'єктивних оцінок можливості реалізації певних подій і впливу на них прийнятих управлінських рішень.

5 Методи теорії ігор, що дозволяють описати можливі сценарії зовнішнього і внутрішнього середовища під час реалізації інноваційного проєкту і знайти оптимальні управлінські рішення.

Ці методи дозволяють прийняти обґрунтовані рішення в умовах визначеності відносно предмета рішення і його майбутніх наслідків. *Для інноваційних проєктів з високим ступенем ризику застосовують методи його зниження*: страхування, розподіл ризику між учасниками проєкту, об'єднання ризиків, диверсифікація, збір додаткової інформації, резервування коштів на покриття непередбачених витрат.

13.4 Управління ризиками в інноваційній діяльності підприємства

Зважаючи на те, що невід'ємною характеристикою інновацій є підвищений ризик, то першорядним завданням будь-якого інноваційно-активного підприємства є управління ризиками. Від успішності його рішення в рамках адекватно сформованої системи ризик-менеджменту залежать результати реалізації всього інноваційного проєкту.

Загалом ***управління ризиками інноваційної діяльності*** – це сукупність дій, які сформовані на основі принципів, методів та інструментарію прийняття управлінських рішень із урахуванням критеріїв ефективності, що дає змогу знизити ризики інноваційної діяльності і підвищити ефективність реалізації інноваційних проєктів. *Об'єктами управління* є інновації, інноваційна діяльність та інноваційні процеси. *Основними цілями управління ризиками* є ідентифікація ризиків; вимірювання ризиків; оптимізація ризиків; зниження ризиків.

Основні завдання управління ризиками в інноваційній діяльності можна описати так: вибрати стратегію інновацій з урахуванням усіх факторів впливу; скласти прогноз виникнення негативних факторів, здатних вплинути на результати інноваційної діяльності; оцінити вплив негативних факторів на інноваційний процес і його результати; розробити способи мінімізації ризиків інноваційної діяльності; створити систему управління ризиками в інноваційних процесах [24].

Управління ризиками інноваційної діяльності слід здійснювати в певній послідовності: перший етап – виявлення можливих інноваційних ризиків; другий – визначення ймовірності виникнення кожного такого ризику; третій – оцінювання наслідків ризику; четвертий – визначення способів реагування на виявлені та оцінені ризики [24].

Важливим елементом процесу управління ризиком інноваційної діяльності є визначення способів реагування на виявлені та оцінені ризики. Найбільш поширеними ***методами реагування на ризики*** є [27]:

- *уникнення інноваційних ризиків*, найчастіше через усунення причини таких ризиків (наприклад придбання прав власності на готові інноваційні розробки, залучення до реалізації інноваційного проєкту кваліфікованого підрядника тощо);

- *прийняття інноваційних ризиків*, яке може бути як пасивним (коли свідомо приймаються ті ризики, які мають низький рівень негативного впливу на реалізацію інноваційного проєкту), так і активним (коли розробляється план дій у випадку настання ризиків, що загрожують інноваційному проєкту);

- *оптимізація (зниження) ступеня інноваційних ризиків* (наприклад через створення відповідних резервів, страхування ризиків тощо).

Наразі багатьма вченими цей перелік методів управління ризиками в інноваційній діяльності розширено за рахунок включення нових методів. Так, додатково виділяють такий метод, як *локалізація*, що являє собою зосередження діяльності, пов'язаної з підвищеним ризиком, у межах невеликого дочірнього підприємства, наприклад виділення або створення самостійного, так званого венчурного підприємства для реалізації прийнятого інноваційного проєкту.

Дисипація (розподіл) ризику в часі і просторі. У часі – виділити чітко розмежовані етапи і для кожного передбачити свої заходи. У просторі – відомі декілька способів дисипації:

- *диверсифікація*, що дає можливість значно знизити портфельні ризики за рахунок різноспрямованості інвестицій. Доведено, що портфелі, які складаються з ризикових фінансових активів, можуть бути сформовані так, що сукупний рівень ризику портфеля буде нижчим, ніж рівень ризику будь-якого окремого фінансового активу з його складу;

- *розподіл ризику* між учасниками інноваційного процесу – за допомогою укладення багатостороннього договору або декількох двосторонніх договорів, фіксуючих відповідальність учасників у разі невдачі; у більшості випадків відповідальним за ризик є найсильніший учасник, який є стійким у фінансовому плані, здатний подолати всі негативні наслідки від впливу ризиків, краще за інших розраховувати і контролювати ризики;

- *дроблення ринку збуту*, тобто збільшення кількості споживачів і розподіл постачань між ними так, щоб відмова декількох споживачів від покупок не зірвала виробничу програму в цілому;

- *дроблення ринку постачальників* тощо.

Компенсація ризику здійснюється багатьма різними методами: метод пошуку гаранта; створення матеріальних або інформаційних резервів, метод самовдосконалення; метод

активної ринкової позиції. Одним із прикладів застосування *методу пошуку гаранта* є інтеграція невеликого підприємства з метою реалізації інноваційного проєкту з потужним партнером на основі принципу рівної взаємної корисності. *Створення матеріальних резервів* – страхові запаси сировини, вільні виробничі потужності, грошові запаси, контакти, створені чи встановлені «про запас», тощо. *Створення інформаційних резервів* – регулярне прогнозування і моніторинг соціально-економічної ситуації і нормативно-правового середовища. Суть цих заходів полягає в прогнозуванні поведінки можливих партнерів з реалізації інноваційного проєкту, оцінюванні можливих змін у секторах ринку, на яких підприємство виступатиме продавцем або покупцем, передбаченні можливих реакцій конкурентів. *Метод самоудосконалення* – вдосконалення і використання внутрішніх резервів підприємства (навчання і тренінг персоналу, створення специфічної корпоративної культури, реалізація програми соціального розвитку підприємства). *Метод активної ринкової позиції* – формування попиту на продукцію, тобто маркетингові методи і прийоми (аналіз ринку, реклама, аналіз поведінки конкурентів, розроблення стратегії взаємодії з ними тощо).

Метод лімітування застосовується переважно банками, кредитними спілками для зниження ступеня ризику при видачі кредитів суб'єктам господарювання, визначенні суми вкладення капіталів тощо. Сутність методу полягає у встановленні граничних сум витрат [25].

Метод хеждування застосовується для зниження ризиків шляхом укладання термінових контрактів. Цей спосіб дає змогу зафіксувати ціну придбання на визначеному рівні і захиститися від її коливання, тим самим підвищивши впевненість в успішних результатах фінансово-господарської діяльності [25].

Метод страхування передбачає створення спеціального (страхового) фонду коштів і його використання для компенсації різного роду втрат і збитків, спричинених несприятливими подіями (страховими випадками) шляхом виплати страхової компенсації. Для страхування обов'язковою є наявність двох сторін, а також підприємства – страхувальника, що завідує фондом, до якого вносять страхові внески [25].

Лекція 14. ОХОРОНА ПРАВ ТА ЕКОНОМІКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

План

14.1 Поняття інтелектуальної власності і особливості її правового регулювання в Україні.

14.2 Особливості патентування об'єктів промислової власності.

14.3 Ліцензування об'єктів промислової власності.

14.1 Поняття інтелектуальної власності і особливості її правового регулювання в Україні

Здійснення інноваційної діяльності неможливе без належної системи її державного регулювання. ***Нормативно-правова база інноваційної діяльності підприємств*** містить в собі нормативні акти трьох рівнів:

1) законодавчі (які мають вищу юридичну силу конституційні закони, укази Президента України);

2) підзаконні (які містять урядові постанови і відомчі акти-накази і постанови міністерств і відомств України);

3) локальні (система актів індивідуального характеру, що містить різні громадянсько-правові договори і адміністративні акти учасників інноваційної діяльності).

Головне місце в правовому регулюванні інноваційної діяльності займають правові аспекти охорони ***інтелектуальної власності***, під якою розуміється виключне право юридичної чи фізичної особи на результати інтелектуальної діяльності і прирівняні до них засоби індивідуалізації юридичної особи, продукції, робіт, послуг. Об'єкти інтелектуальної власності (далі ОІВ) можна умовно поділити на три групи: об'єкти промислової власності, нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності, об'єкти авторського права і суміжних прав (рисунок 14.1) [1].

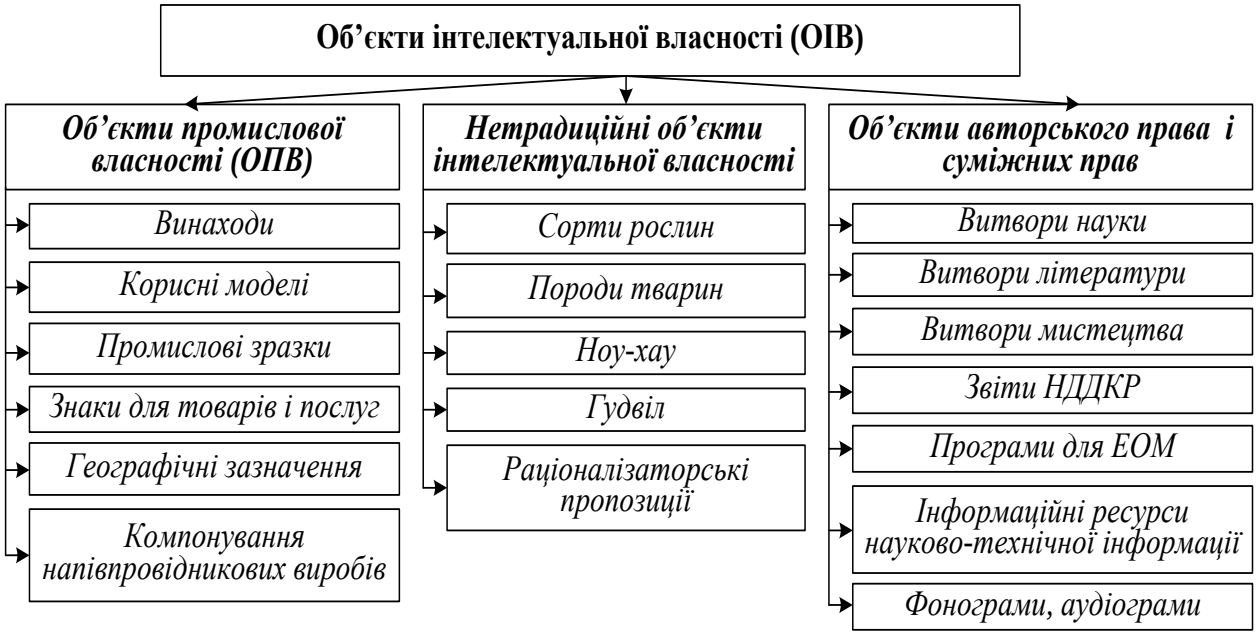

Рисунок 14.1 – Класифікація основних ОІВ як об'єктів оцінювання [1]

На рисунку 14.1 подано насамперед ті об'єкти інтелектуальної власності, права на які охороняються вітчизняним законодавством.

Розрізняють юридичний і економічний термін служби. Деякі ОІВ можуть не мати встановленого терміну служби. Наприклад, відповідно до Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» юридичний термін дії (служби) патенту з експертизою зазвичай дорівнює 20 років. Однак цілком можливо, що за цей час патент може морально застаріти, тому що не виключена ймовірність, що з'являться нові аналогічні, але більш ефективні винаходи. Тому при економічних розрахунках для патентів установлюється коротший термін, так званий економічний, що зазвичай приймається рівним 10-12 років. Установлений термін служби характерний для більшості прав на ОІВ, віддільних від індивідуума і підприємства, але не для всіх. Зокрема знаки для товарів і послуг не мають установленого терміну служби, оскільки після 10 років з моменту їхньої реєстрації права на них можуть продовжуватися на 10 років і т. д. Не мають такого терміну більшість прав на ОІВ, невіддільних від підприємства чи індивідуума, наприклад гудвіл. Крім того, права на ті самі ОІВ можуть мати як визначений, так і невизначений термін служби.

Мета правового регулювання інтелектуальної власності полягає в охороні та стимулюванні розвитку інтелектуального потенціалу країни. Враховуючи різноманітність об'єктів інтелектуальної власності та вимог щодо їх охорони, правове регулювання включає ряд самостійних функціональних сфер: авторське право; патентне право; засекречування.

Законодавство України у сфері інтелектуальної власності включає:

а) документи загального визначення: Конституція України; Кодекс законів про працю України; Кодекс України про адміністративні правопорушення; Кримінальний кодекс України; Господарський кодекс України; Цивільний кодекс України; Цивільний процесуальний кодекс України; Митний кодекс України; Закон України «Про Антимонопольний комітет України»; Закон України «Про інноваційну діяльність» та ін.;

б) авторське право (на твори літератури, науки та мистецтва, комп'ютерні програми, бази даних): Закони України «Про авторське право та суміжні права», «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних», «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаної з виробництвом, експортом, імпортом дисків для лазерних систем зчитування», «Про телебачення і радіомовлення», «Про рекламу», «Про видавничу справу», «Про професійних творчих працівників та творчі союзи», «Про кінематографію» та ін.;

в) патентне право (на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, компонування напівпровідникових виробів, сорти рослин, породи тварин): Закони України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на компонування напівпровідникових виробів», «Про охорону прав на сорти рослин», «Про племінну справу у тваринництві» та ін.;

г) право на комерційні позначення (комерційні найменування, знаки для товарів і послуг, зазначення походження товарів): Закони України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про правову охорону географічних зазначень», «Про

державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» та ін.;

д) право на науково-технічну інформацію (наукові відкриття, раціоналізаторські пропозиції, науково-технічна інформація, нерозкрита інформація): Закони України «Про науково-технічну інформацію», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про захист економічної конкуренції», «Про інформацію», «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про наукову і науково-технічну експертизу» та ін.;

ж) міжнародні договори, учасницею яких є Україна: Сінгапурський договір про право з торговельних марок; Конвенція про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності; Всесвітня конвенція про авторське право; Паризька конвенція про охорону промислової власності; Договір про патентну кооперацію; Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків; Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів; Міжнародна конвенція з охорони нових сортів рослин; Міжнародна конвенція про охорону інтересів виконавців, виробників фонограм і організацій мовлення; Гаазька угода про міжнародну реєстрацію промислових зразків та ін.

На сьогодні в Україні ключовою установою державної системи правової охорони інтелектуальної власності є Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України і відповідний Департамент розвитку сфери інтелектуальної власності, що є самостійним структурним підрозділом апарату Міністерства. До складу департаменту входять такі структурні підрозділи [28]: управління промислової власності; управління державних реєстрацій; відділ авторського права і суміжних прав; сектор співробітництва з національними та міжнародними інституціями у сфері інтелектуальної власності; сектор державного нагляду за дотриманням законодавства у сфері інтелектуальної власності.

Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент) – інституційна складова державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні. Укрпатент відноситься до сфери управління Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського

господарства України і є єдиним в Україні державним закладом експертизи, який: здійснює розгляд і проведення експертизи заявок на ОІВ, які надходять на його адресу; забезпечує державну реєстрацію та видачу охоронних документів на зазначені об'єкти; забезпечує публікацію офіційних видань у сфері інтелектуальної власності; здійснює інформаційну, просвітницьку, навчальну та інноваційну діяльності, необхідні для проведення експертизи заявок й подальшого розвитку закладу експертизи; здійснює повноваження Міжнародного пошукового органу та Органу міжнародної попередньої експертизи відповідно до Договору про патентну кооперацію (ці повноваження Всесвітня організація інтелектуальної власності надала Укрпатенту у 2013 р. і подовжила з 2017 р. по 2027 р.); надає патентно-інформаційні послуги, здійснює інформаційну підтримку суб'єктів інноваційної діяльності, організовує та проводить семінари, конференції з актуальних питань щодо набуття та охорони прав на ОІВ [29].

Державна організація «Українське агентство з авторських та суміжних прав» є державним некомерційним підприємством, що належить до сфери управління Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Вона виконує такі завдання: управління на колективній основі і захист майнових прав вітчизняних і зарубіжних авторів на території України; усунення порушень в галузі авторського права в переговорному або судовому порядку; попередження правопорушень у сфері інтелектуальної власності шляхом підвищення інформованості громадськості в галузі авторського права; сприяння становленню і розвитку правової системи у сфері інтелектуальної власності та колективного управління авторськими правами в Україні [30].

14.2 Особливості патентування об'єктів промислової власності

Як зазначалося вище, до основних об'єктів промислової власності належать винаходи, корисні моделі, промислові зразки, знаки для товарів і послуг, компонування напівпровідникових виробів, географічні зазначення. За законодавством України,

майновими правами інтелектуальної власності на винахід, корисну модель, промисловий зразок є право на використання винаходу, корисної моделі, промислового зразка; виключне право дозволяти використання винаходу, корисної моделі, промислового зразка (видавати ліцензії); виключне право перешкоджати неправомірному використанню винаходу, корисної моделі, промислового зразка, у т. ч. забороняти таке використання та інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законодавством [31].

Відповідно до Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» ***винахід (корисна модель)*** являє собою результат інтелектуальної, творчої діяльності людини в будь-якій сфері технології. Оформлення прав на винахід (корисну модель) здійснюється шляхом отримання патенту, що є охоронним документом, який засвідчує пріоритет, авторство і право власності на винахід (корисну модель) [31].

Правова охорона надається винаходу (корисній моделі), що не суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі та відповідає умовам патентоздатності. Об'єктом винаходу (корисної моделі), правова охорона якому (якій) надається згідно з Законом, може бути продукт (пристрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітин рослини і тварини тощо); процес (спосіб), а також нове застосування відомого продукту чи процесу. Пріоритет, авторство і право власності на корисну модель засвідчуються деклараційним патентом. Термін дії патенту України на винахід становить 20 років від дати подання заявки до установи. Термін дії деклараційного патенту на винахід становить шість років від дати подання заявки до установи [31].

Особа, яка бажає одержати патент на винахід (корисну модель) і має на це право, може подати заявку на його видачу до Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, яке приймає, розглядає та проводить експертизу заявок. За дорученням заявника заявку можна подати через представника в справах інтелектуальної власності (патентного повіреного) або іншу довірену особу. Іноземні особи та особи без громадянства, які проживають чи мають постійне місцезнаходження поза межами України, реалізують свої права

через представників у справах інтелектуальної власності (патентних повірених) [32].

За Законом України «Про охорону прав на промислові зразки», ***промисловий зразок*** – це результат інтелектуальної, творчої діяльності людини в галузі художнього конструювання.

Правова охорона надається промисловому зразку, що не суперечить публічному порядку, загальновизнаним принципам моралі та відповідає критеріям охороноздатності. Промисловим зразком може бути зовнішній вигляд виробу або його частини, що визначається, зокрема, лініями, контурами, кольором, формою, текстурою та/або матеріалом виробу, і/або його оздобленням. Промисловий зразок може одержати правову охорону як зареєстрований промисловий зразок, якщо його внесено до Реєстру в порядку, передбаченому Законом, або якщо йому надано правову охорону в Україні відповідно до міжнародного договору, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України; незареєстрований промисловий зразок, якщо його доведено до загального відома в порядку, передбаченому Законом. Набуття прав на зареєстрований промисловий зразок засвідчується свідоцтвом, у якому наводиться внесене до Реєстру зображення промислового зразка [33].

Термін чинності майнових прав на зареєстрований промисловий зразок становить п'ять років від дати подання заявки до установи і подовжується установою за клопотанням власника промислового зразка на один або більше п'ятирічних термінів (за умови сплати збору в порядку, встановленому законом). Загальний термін чинності майнових прав на зареєстрований промисловий зразок не може становити більше 25 років від дати подання заявки. Термін правової охорони незареєстрованого промислового зразка становить три роки від дати його доведення до загального відома на території України [33].

Слід відзначити, що с*таном на 1 липня 2020 року (з 1992 року) до державних реєстрів внесено* 592 615 охоронних документів на об'єкти промислової власності [34]: 126,5 тис. патентів на винаходи; 142,9 тис. патентів на корисні моделі; 41,8 тис. патентів (свідоцтв) на промислові зразки; 278,2 тис. свідоцтв на знаки для товарів і послуг; 13 свідоцтв на топографії інтегральних мікросхем (компонування напівпровідникових

виробів); 3,1 тис. кваліфікованих зазначень походження товарів (географічних зазначень) і 35 свідоцтв на право їх використання.

14.3 Ліцензування об’єктів промислової власності

Патентовласник не завжди має достатньо ресурсних можливостей, щоб використати запатентований ним винахід або корисну модель повною мірою. Тому законодавством передбачено можливість передавання права на інтелектуальну власність, зокрема на об'єкти промислової власності. Надаючи дозвіл використовувати винахід третій особі, автор винаходу має від цього комерційну вигоду.

Продаж ліцензій є достатньо поширеним видом передачі права власності. Загалом ліцензія являє собою дозвіл використовувати технічне досягнення або інший нематеріальний ресурс протягом певного терміну за обумовлену винагороду. За Законом України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», ***ліцензія*** – це дозвіл власника патенту (ліцензіара), що видається іншій особі (ліцензіату), на використання винаходу (корисної моделі) на певних умовах [31].

Продаж ліцензій патентовласниками та придбання їх суб’єктами підприємницької діяльності здійснюється на основі ліцензійного договору, згідно з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі, товарного знака, комерційної таємниці (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти, ноу-хау, товарні знаки тощо.

Існує декілька видів ліцензій (рисунок 14.2).

1 Залежно від підстави, на якій видається дозвіл використовувати технічне досягнення, ліцензії поділяють на добровільні та примусові.

Добровільна ліцензія. Сутність її полягає в тому, що власник патенту з власної волі передає свої майнові права іншій фізичній або юридичній особі на підставі договору, у якому регламентуються обов’язки кожної сторони, обсяг користування і порядок виплати винагороди. Ліцензійний договір вважають дійсним, якщо він укладений у письмовій формі, підписаний сторонами та зареєстрований.

Рисунок 14.2 – Види ліцензій [1]

Примусова ліцензія. Це дозвіл на використання винаходу, що видається уповноваженою на це урядовою установою за встановленою нею винагородою проти волі патентовласника. Світова практика показує, що вони видаються лише за виняткових обставин. Примусова ліцензія може реалізовуватися двома шляхами: адміністративним або судовим.

2 Залежно від характеру об'єкта, який передається за договором, ліцензії поділяють на патентні та безпатентні.

Патентна ліцензія. Вона передбачає передавання захищеного патентом технічного досягнення. Умови ліцензійного договору щодо обсягу прав і терміну дії в цьому випадку визначаються правилами, які регулюють експлуатацію патенту.

Безпатентна ліцензія. Сутність її полягає в тому, що власник технічного рішення (технології) дає дозвіл або фактично розкриває перед партнером за договором знання, які з певних причин не були запатентовані або ж не піддаються патентуванню, наприклад модернізація наявного обладнання, яка дає можливість виготовляти продукцію з іншими властивостями; навчання персоналу новій методиці роботи, ноу-хау технічного характеру. Для зменшення ризику при укладенні угоди про передавання технології у формі безпатентної ліцензії практикується укладення опціонної угоди про нерозголошення таємниць технології. Вона передбачає надання майбутньому імпортеру технології технологічної документації або дослідного зразка, які не повинні розголошуватися ним певний термін, а власнику технології – опціонної винагороди, яка враховується як частина ліцензійного

платежу; у протилежному випадку – втрачається покупцем опціонної угоди.

3 Залежно від обсягу прав на використання розрізняють звичайні, виключні й повні ліцензії.

Звичайна ліцензія. Надає ліцензіату право використання об'єкта ліцензії. Право розпоряджання зберігається за ліцензіаром.

Виключна ліцензія. Цей вид ліцензії надає ліцензіату право виключного користування об'єктом ліцензії за умови збереження за ліцензіаром права користування технічним рішенням у частині, що не передається ліцензіату; при цьому ліцензіар не має права давати ліцензії на використання об'єкта промислової власності іншій особі на цій самій території в обсязі наданих ліцензіату прав. В угоді за виключною ліцензією ліцензіар може обмежити права ліцензіата стосовно терміну дії угоди; території; виду використання.

Повна ліцензія. Згідно з нею ліцензіат одержує всі права на використання та розпорядження технологією.

Вибір способу оплати ліцензії на переданий об'єкт інтелектуальної власності залежить від розміру втраченої вигоди ліцензіара за умов передавання об'єкта, захисту прав власності на нього, ступеня освоєння технології. У практиці сформувалися такі способи оплати ліцензії: паушальний платіж (разова або поділена на кілька частин сума виплат, яка визначається загальною величиною можливих втрат ліцензіара та наданих ним послуг); роялті (періодичні суми виплат ліцензіару (встановленого відсотка обсягів виготовленої продукції на основі переданої технології)); поєднання паушальної суми платежу та роялті. Отже, передавання прав на використання продукту інтелектуальної діяльності через укладення ліцензійного договору дає змогу винахідникам отримувати вигоду від результатів роботи навіть за умов, коли вони безпосередньо не займаються впровадженням новації у виробничу діяльність. Крім того, придбання ліцензій фірмами забезпечує прискорення процесу дифузії інновацій, а отже, сприяє економічному зростанню суспільства.

Список літератури

1 Економіка і організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / В. Л. Дикань, О. Г. Кірдіна, І. Л. Назаренко, Ю. М. Уткіна. Харків: УкрДАЗТ, 2014. 225 с.

2 Підприємництво: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін. Харків: УкрДУЗТ, 2018. Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. 241 с.

3 Сооляттэ А. Ю. Повышение эффективности бизнеса: от бизнес-модели компании к бизнес-процессам. *osp.ru: веб-сайт*. URL: http://www.osp.ru/data/315/148/1228/02.pdf (дата обращения: 15.05.2020).

4 Что такое B2B, B2C, B2G? B2B, B2C, B2G? itfstudio.ru*: веб-сайт*. URL: http://itfstudio.ru/content/materials/b2b (дата обращения: 20.05.2020).

5 Шелехова Н. В. Инновационные бизнес-модели. *Вопросы экономики и права*. 2011. № 7. С. 81-84.

6 Андреев А. А. Открытые инновации. *ibl.ru: веб-сайт*. URL: http://www.ibl.ru/konf/041208/25.html (дата обращения: 20.05.2020).

7 Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: закон України від 08.09.2011 р. № 3715-VI. Із змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 05.12.2012 р. № 5460-VI. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text (дата звернення: 12.05.2020).

8 Верхоглядова Н. І., Каширнікова І. О. Методичний підхід до визначення інноваційного потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. URL: http://www.economy. nayka.com.ua/?op=1&z=2458 (дата звернення: 14.04.2020).

9 Управління потенціалом підприємства: конспект лекцій / І. Л. Плєтникова (Назаренко). Харків, 2003. Ч. 2. 36 с.

10 Назаренко І. Л. Методика оцінки інноваційного потенціалу локомотивного депо. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. Вип. 37. С. 254-259.

11 Назаренко І. Л., Маслова В. О., Івануна Я. О. Удосконалення методики оцінки інноваційного потенціалу

локомотивного депо. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. Вип. 54. С. 330-337.

12 Про інноваційну діяльність: закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. Із змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 05.12.2012 р. № 5460-VI. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text (дата звернення: 12.06.2020).

13 Статистична інформація. *Державна служба статистики України: веб-сайт.* URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 15.06.2020).

14 Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: підручник. Суми: ВТД Університетська книга, 2010. 334 с.

15 Про інститути спільного інвестування: закон України від 05.07.2012 р. № 5080-VI. Із змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 03.07.2020 р. № 720-IX. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5080-17#Text (дата звернення: 12.07.2020).

16 Перспективи ринку венчурних і прямих інвестицій в Україні. *www2.deloitte.com: веб-сайт*. URL: https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/press-release/2018/prospects-of-venture-capital-and-direct-investme nt.html (дата звернення: 15.07.2020).

17 Інвестиції в українські стартапи у 2019: огляд українського венчурного та приватного капіталу. *uvca.eu: веб-сайт*. URL: http://uvca.eu/ua/news/investments-into-ukrainian-startups-in-2019-overview (дата звернення: 15.07.2020).

18 Дикань В. Л., Назаренко І. Л. Комплексна методика визначення рівня економічної безпеки, оцінки ризиків та ймовірності банкрутства підприємства: монографія. Харків: УкрДАЗТ, 2011. 142 с.

19 Вітлінський В. В., Верченко П. І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: навч.-метод. посіб. Київ: КНЕУ, 2000. 292 с.

20 Ступаков В. С., Токаренко Г. С. Риск-менеджмент. Москва, 2005. 288 с.

21 Машина Н. І. Економічний ризик і методи його вимірювання: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 188 с.

22 Івченко І. Ю. Економічні ризики: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 304 с.

23 Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. / за ред. П. П. Микитюка. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.

24 Смоляров Ю. Г. Ризики в інноваційній діяльності сільскогосподарських підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2013. Вип. 6. С. 86-90.

25 Левицька О. О. Ризики інноваційної діяльності: економічна сутність, чинники та методи мінімізації. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2007. Вип. 12. Ч. 1. С. 48-53.

26 Кобиляцький Л. С. Управління проектами: навч. посіб. Київ: МАУП. 2002. 200 с.

27 Стадник В. В. Йохна М. А. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Київ: Вид-во «Академвидав», 2006. 464 с.

28 Про затвердження Положення про департамент розвитку сфери інтелектуальної власності: наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 28.12.2019 р. № 842. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0842915-19#Text (дата звернення: 12.07.2020).

29 Про підприємство. *Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності: веб-сайт*. URL: https://ukrpatent.org/uk/articles/about (дата звернення: 22.08.2020).

30 Місія. *Державна організація «Українське агентство з авторських та суміжних прав»: веб-сайт.* URL: http://uacrr.org/pro-nas/misiya/ (дата звернення: 12.08.2020).

31 Про охорону прав на винаходи і корисні моделі: закон України від 15.12.1993 р. № 3687-XII. Із змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 16.08.2020 р. № 816-IX. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3687-12#n105 (дата звернення: 22.08.2020).

32 Винахід (корисна модель). *Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності: веб-сайт*.

URL: https://ukrpatent.org/uk/articles/inventions#5 (дата звернення: 22.08.2020).

33 Про охорону прав на промислові зразки: закон України від 15.12.1993 р. № 3688-XII. Із змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 16.08.2020 р. № 815-IX. *Законодавство України: веб-сайт*. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3688-12#n182 (дата звернення: 22.08.2020).

34 Експертиза та реєстрація об’єктів промислової власності. *Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності: веб-сайт*. URL: https://ukrpatent.org/uk/articles/archive (дата звернення: 22.08.2020).

І. Л. Назаренко, Г. В. Обруч

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Конспект лекцій

Частина 3

Відповідальний за випуск Обруч Г. В.

Редактор Ібрагімова Н. В.

Підписано до друку 15.06.21 р.

Формат паперу 60х84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк. арк. 3,5. Тираж 5. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Український державний університет
залізничного транспорту,
61050, Харків-50, майдан Фейєрбаха, 7.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6100 від 21.03.2018 р.