

УДК 339.9

DOI: 10.32342/2074-5354-2021-1-54-10

В.В. ТАТАРИНОВ,

кандидат економічних наук, доцент, директор Кременчуцького інституту
Університету імені Альфреда Нобеля

В.С. ТАТАРИНОВ,

кандидат технічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин
та адміністрування Кременчуцького інституту
Університету імені Альфреда Нобеля

В.А. ПАВЛОВА,

доктор економічних наук, професор, професор кафедри
міжнародної торгівлі і підприємництва Університету імені Альфреда Нобеля

МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС ЯК УЧАСНИК МІЖНАРОДНИХ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ

У статті розглянуто особливості побудови і функціонування міжнародних стратегічних альянсів і причини, що стримують участь у них українського малого та середнього бізнесу. Дано рекомендації щодо розвитку наукомістких складових малого та середнього бізнесу (венчурного, інноваційного та виробничого бізнесів) та підготовки їх до участі в міжнародних стратегічних альянсах.

1. В умовах глобалізації та посилення конкуренції компанії шукають шляхи заощадження своєї економічної ефективності, підвищення конкурентоспроможності. Як один із таких шляхів може бути розглянуто міжнародний стратегічний альянс:

– МСА – це організаційна угода про досить тривале співробітництво, яке передбачає спільне використання ресурсів і структур управління двох і більше самостійних фірм з різних країн для реалізації завдань, пов'язаних з місією кожної з них;

– МСА здатний сприяти інноваційному розвитку окремих підприємств і економіки країни, що розвивається в цілому;

– МСА є важливою ланкою при передаванні технологій та інших науково-технічних розробок національних компаній;

– МСА малих і середніх підприємств з великими компаніями можуть отримати поширення, з одного боку, через відсутність у МСП фінансових та управлінських можливостей для розвитку бізнесу і конкуренції з глобальними гравцями галузі, а з іншого, – великі учасники альянсу можуть розраховувати на використання гнучкості МСП і отримання результатів їх науково-технічних робіт, а також розширення своєї науково-технічної бази за рахунок злиття з МСП або їх поглинання;

– найвищим досягненням МСА може бути створення таких інновацій та модернізація виробництва на такому рівні, які навіть не закладалися при формуванні альянсу.

2. Державі з метою підвищення інноваційної активності, розвитку і підготовки до участі в МСА венчурного, інноваційного та виробничого малого і середнього бізнесу необхідно після завершення карантину забезпечити:

– підвищення інвестиційної привабливості України за рахунок підтримання політичної, економічної стабільності та сталого спокою в країні;

– у законодавчому порядку створення і стимулювання конкурентного середовища у сфері венчурного, інноваційного та виробничого малого і середнього бізнесу в перспективних галузях економіки;

- можливість використання шляхів диверсифікації ефективної фінансової підтримки інноваційних підприємств на основі досвіду розвинених країн;
- стимулювання банківського капіталу до пільгового фінансування інноваційних МСП в перспективних галузях;
- створення законодавчої основи для розвитку «ангельської мережі» в Україні;
- отримання обов'язкового рівня фінансової підготовки через інтернет-освіту для підприємців-початківців з метою зниження ризику при використанні ними фінансової підтримки;
- створення і розвиток регіональної інфраструктури ресурсної, інформаційної, науково-технічної підтримки МСП;
- організацію підготовки висококласних фахівців у сфері підтримки венчурного бізнесу та організації робіт зі створення і реалізації перспективних проєктів;
- сталий розвиток українського фондового ринку;
- удосконалення законодавчої бази в частині уточнення функцій і принципів діяльності венчурних фондів і венчурних фірм з метою виключення неправомірного використання ними податкових пільг;
- захист української інтелектуальної власності за кордоном.

Ключові слова: міжнародний стратегічний альянс, венчурний бізнес, малий та середній бізнес, інноваційний бізнес.

Постановка проблеми. У сучасній світовій практиці все більше набирають обертів широкомасштабні глобалізаційні процеси, що призводить до появи нових тенденцій ведення бізнесу взагалі і його різних рівнів зокрема. Фірмам для збереження стійкості бізнесу і своїх конкурентних позицій доводиться знаходити нові способи адаптації в умовах мінливого ринкового середовища. Оскільки вирішити самотужки проблеми збереження і підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності стає все складніше, фірми шукають шлях, який би дозволив їм впоратися з проблемами, що виникли. Сьогодні одним з найбільш перспективних таких шляхів можна вважати інтеграцію бізнесових структур у міжнародні стратегічні альянси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних основ та практичного розв'язання проблем створення і функціонування міжнародних стратегічних альянсів знайшли відображення у працях українських та зарубіжних вчених: М. Кастельса, К. Омае, Г. Хемела, І. Дожа, В.К. Закарія, У.О. Іванової, В.Г. Кузнецова, Т.В. Каленської, Д.Д. Сокола, І.В. Токмакової, О.І. Черняк та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Разом із тим, на нашу думку, вітчизняними вченими недостатньо приділено уваги питанням, пов'язаним з можливістю участі

українського малого та середнього бізнесу в міжнародних стратегічних альянсах і заходами, яких має бути вжито, щоб надалі забезпечити цю участь. Тому зазначені проблеми потребують окремого розгляду.

Мета статті полягає у визначенні принципів можливостей участі малих та середніх підприємств у міжнародних стратегічних альянсах і необхідних заходів для забезпечення такої можливості для українських малих та середніх підприємств у перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобалізації та посилення конкуренції компанії шукають шляхи збереження своєї економічної ефективності, підвищення конкурентоспроможності. Міжфірмові партнерства у світовій економіці відомі давно. Однак лише на початку ХХІ ст. специфічні форми партнерств, що відповідають стратегічним інтересам їх учасників, опинилися у центрі уваги керівників міжнародного бізнесу, більшість з яких бачать у альянсах найважливіший інструмент глобального корпоративного зростання.

Міжнародний стратегічний альянс (МСА) – це відносно тривала організаційна угода зі співробітництва, яка передбачає спільне використання ресурсів і (або) структур управління двох або більше самостійних фірм з декількох країн для реалізації завдань, пов'язаних з місією кожної з них.

МСА може розумітися як система взаємовигідних, збалансованих партнерських відносин і зустрічних зобов'язань учасників, які закріплені на певний період угодою. Альянс передбачає можливість об'єднання незалежних підприємств для реалізації певного проєкту. При цьому кожне з підприємств має зберігати самостійність і керуватися власними інтересами і цілями. МСА функціонує на основі того, що кожна фірма має зробити свій внесок у вигляді ресурсу в діяльність цього союзу: технологію, ноу-хау, перспективні пропозиції розширення ринку тощо. У зв'язку з цим і в інтересах загальної вигоди розподіляються повноваження та контрольні функції учасників МСА.

Як показує практика створення і функціонування МСА, вони дозволяють отримати їх учасникам ряд істотних вигід. До них, наприклад, відносять:

- доступ до продуктів, технологій та інтелектуальної власності партнера;
- створення нових ринків товарів і нових товарів для покупців;
- доступ до каналів маркетингу і продажів партнера і його становища на ринку;
- доступ до продуктів, технологій та інтелектуальної власності партнера;
- доступ до фінансових ресурсів партнера;
- посилення брендів на ринку за допомогою каналів партнера;
- прискорене розроблення нових продуктів і вихід з ними на ринок;
- скорочення вартості і ризику науково-технічних розробок і створення радикально інноваційних технологій;
- прискорене досягнення критичної маси і потрібних масштабів на ринку;
- утилізація потокових продуктів;
- доступ до менеджерської майстерності [2].

Для отримання максимальної користі від МСА потенційний учасник має врахувати ряд важливих обставин, що впливають на результативність подальшої спільної діяльності. До них необхідно віднести такі:

- вибір спільного партнера, до якого є довіра і з яким можливий обмін інформацією на цій основі;

- вибір союзника, продукція і ринкова база якого не конкурують із продукцією власного підприємства та споживчої базою;

- ретельне вивчення технології та методів виробництва майбутніх партнерів з метою використання їхніх цінних ідей і методів у своєму виробництві;

- обґрунтування доцільності та мереж повідомлення партнеру інформації, важливої з точки зору конкуренції.

Дослідження показують, що фірми, які належать до альянсів, отримують більше переваг порівняно з тими, які виступають самі по собі. Однак ризик зазнати краху ще до того, як альянс розкриє свій потенціал також існує.

Отже, щоб зрозуміти, чому стратегічні альянси зазнають розпаду, слід з'ясувати навіщо їх створюють. Є декілька причин створення альянсів. По-перше, це стратегічне доповнення, яке виражається в об'єднанні ринків чи набутих досвідом навичок. По-друге, посилення позицій на ринку. По-третє, зменшення витрат і поділ ризику [9, с. 27].

Стратегічні дослідження альянсів виявили чотири основні проблеми створення альянсів, або чотири причини розпаду альянсів [9, с. 28]: розмір альянсів; якість членів системи; внутрішня конкуренція; проблеми управління системою альянсів.

Що стосується розміру мережі альянсів, то в окремих випадках розмір має велике значення. Чим більше партнерів у цьому союзі, тим краще. Але кожна компанія має обмежені ресурси, а отже, повинна погодитися на обмежену кількість партнерів. Саме тому до вибору партнерів доводиться підходити вкрай прагматично. Сумний приклад завеликого альянсу показує «Cable and Wireless». У середині 1990-х вони хотіли створити глобальну компанію, яка об'єднає всі великі телекомунікаційні компанії світу. Їх альянс налічував понад 50 компаній, і «Cable and Wireless» не змогла впоратися з такою великою групою. У той самий час «British Telecom» приєднала тільки дві компанії – МСІ та АТТ. І друга система виявилася більш скоординованою та успішною, ніж

перша [9, с. 29]. Питання не в тому, наскільки альянс великий, а в тому, чи відповідає він потребам.

Якість членів альянсу є провідним чинником успішності альянсів. Партнери мають доповнювати можливості одне одного. Результатом вдало дібраних членів альянсу стала версія PDA (Personal Digital Assistant), розроблена альянсом за головуванням Apple. У цьому приладі об'єдналися кілька успішних розробок: комп'ютерні комунікації, комунікаційні можливості мобільних телефонів, розмір і стиль електроніки. Одна компанія не змогла б це все зробити так само добре. Тому Apple запропонував технологію, Advanced risk machines – чіпи і Sharp – дизайн. Apple надав свою торгову мережу [9, с. 29].

Внутрішня конкуренція – це те, що може зламати будь-який стратегічний альянс. Але за умови правильного утворення альянсу вона не повинна виникнути – члени мають доповнювати одне одного, а не конкурувати. Так зробили «Ксерокс» та «Фуджі». «Фуджі» має право використовувати технології «Ксерокс» тільки на ринках, які покриває альянс цих двох фірм [8, с. 23].

Структура управління системою альянсів диктує процес управління. Так, одна з управлінських систем використовується тоді, коли партнерів багато і ніхто не домінує. Її недоліком є неприпустима для сьогоdnішнього ринку повільність. Свого часу АТТ приєдналися до консорціуму телекомунікаційних операторів World Partners. Він складався з 10 партнерів, які постійно сперечалися. Рішення приймалися так повільно, що АТТ змушені були вийти з цього альянсу [9, с. 31].

Структуру центру та периферії можна вважати найефективнішою. Наприклад, рішення може сприйматися трьома основними фірмами, а решта їх виконує. Інша система управління може ґрунтуватися на лідерстві однієї компанії. Наприклад, Boeing – ця фірма вирішує всі суперечки, бере на себе відповідальність і дисциплінує. При цьому слід мати на

увазі, що лідером має бути велика і авторитетна компанія.

Необхідно також зауважити, що МСА для кожного партнера має відповідати таким критеріям:

- надавати можливість для отримання нових знань;
- додавати вартість;
- надавати можливість для необхідної операційної гнучкості;
- захищати і збільшувати основні конкурентні переваги.

У МСА сьогодні, як правило, вступають представники великих транснаціональних компаній та інші потужні учасники міжнародних економічних відносин. Формування МСА власне малими і середніми підприємствами (МСП) або за їх участю поки вкрай рідкісне явище. Разом із тим в перспективі участь МСП (особливо з країн з економікою, що розвивається) у світових економічних відносинах (в тому числі і в МСА), найімовірніше, буде розширюватися, так як буде зростати потреба в придбанні і використанні світового досвіду для розвитку економік цих країн. Тому вже сьогодні необхідно подумати про те, яким чином мають бути підготовлені МСП для того, щоб відповідати вимогам, які пред'являються до учасників МСА.

МСА малих і середніх підприємств з великими компаніями можуть набути поширення через відсутність у МСП фінансових та управлінських можливостей для розвитку бізнесу і конкуренції з глобальними гравцями галузі. Подібні союзи дозволяють залучити великі фінансові та нефінансові ресурси для розвитку МСП [10, с. 227]. Альянс МСП з великими компаніями може принести фінансові та нефінансові вигоди для обох сторін.

Вигоди таких альянсів можуть мати місце завдяки залученню і більш раціональному використанню в них додаткових матеріальних ресурсів, таких як робоча сила, обладнання, фінансові активи та виробничі потужності. Нематеріальні ресурси дадуть МСП нові знання, ринковий імідж, а також можливість використання організаційного досвіду і подаль-

шого інноваційного розвитку. Прагнення до постійного впровадження інновацій, особливо у фірм, що з'явилися недавно, є умовою їх виживання. Конкурувати з уже існуючими суб'єктами галузі не завжди легко, і виходом може стати виключно інноваційна спрямованість фірми заради забезпечення життєво необхідних конкурентних переваг.

Формування альянсів з метою обміну накопиченим досвідом і придбання знань партнерської компанії – поширена форма стратегічних союзів. МСП можуть співпрацювати в справі обміну інформацією про кон'юнктуру ринку, клієнтської бази, потенційні маркетингові та виробничі форми. Висновок альянсу з іноземною компанією дозволяє заручитися підтримкою партнерської фірми в дозволі з правової точки зору діяльності в новій юрисдикції. Правове становище бізнесу в новій для нього державі несе істотні фінансові ризики від імовірних санкцій через незнання правового поля освоюваної юрисдикції. Тому союз з давно присутньою в країні компанією заради розподілу ризиків, пов'язаних з приходом бізнесу, може бути вкрай корисним, незважаючи на певну організаційну залежність [4].

Коли іноземні компанії отримують доступ в розташування національних компаній, а місцевий бізнес підвищує свій імідж за рахунок стратегічної співпраці з таким, що добре зарекомендував себе за кордоном партнером, тоді очевидна взаємна вигода. Як одна з цілей створення альянсу розглядається обмін знаннями, накопиченими компаніями раніше. Саме так відбувається обмін не тільки знаннями і досвідом, а й іміджем і репутацією, які можуть авансувати новому гравцеві значні конкурентні переваги.

Разом із тим саме генерація нових знань, створення інноваційних ідей та їх впровадження на основі привнесених раніше в альянс інновацій дозволяє говорити про виконання альянсами своїх функцій. Можна вважати, що найвищою метою альянсу буде створення інновацій і модернізація виробництва на тому рівні, що не закладався при формуванні альян-

су. Перевиконання заданих раніше показників щодо визначення ефективності та відкриття нових сторін взаємодії свідчать про успішність альянсу [4].

Початкові цілі, з яких починається об'єднання МСП в МСА, можуть бути мінімально розробленими. Розвиток стратегії альянсу і його концепції має залишатися прерогативою життєвого циклу альянсу. Буде пересмикуванням вважати, що на стадії підписання угоди від МСП потрібно вичерпне розуміння граней дотики учасників альянсу. МСП можуть вирости до великих за своєю структурою компаній, які покинуть групу МСП і самі стануть надавати підтримку і користуватися розробками МСП. Необхідним є розуміння того, що функціональна частина майбутнього альянсу розробляється не на стадії підписання угод, а в процесі спільної роботи, коли стають більшою мірою відомі можливості сторін [4].

Стратегічні альянси можуть мати такі організаційні форми.

1. Пряма співпраця є поширеною формою, яка не передбачає взаємної пайової участі.

2. Міноритарні інвестиції, які в основному використовуються в рамках корпоративних венчурних стратегій при інвестуванні в молоді інвестиційні фірми. Міноритарні інвестиції – це спосіб інвестування грошей в проєкт. Не беручи участі в управлінні проєктом, міноритарний інвестор може отримати високий відсоток прибутковості. При цьому він, здобуваючи лише мінімальний неконтрольований пакет компанії, управління компанією довіряє професіоналам.

3. Спільні підприємства (СП) є однією з сучасних організаційних форм міжнародного бізнесу, базованої на співробітництві та партнерстві.

Вони являють собою фірми, засновані, найчастіше, на паритетних засадах, або програмі, у якій беруть участь дві або більше організацій. Обов'язковими умовами створення СП є збіг інтересів обох сторін і наявність досвіду спільної роботи з експортно-імпортних операцій. Причинами створення такого об'єднання є:

– реалізація складних і дорогих проєктів;

– відсутність достатнього досвіду для успішної діяльності на зарубіжному ринку хоча б однієї з компаній, що входять в СП;

– прагнення фірм малого і середнього бізнесу укласти угоду з великою компанією з метою отримання доступу до каналів розподілу продукції, послуг кваліфікованого персоналу, нових технологій.

Створенню СП, як правило, передують початкові форми кооперації. Тому виникнення СП можна розглядати як результат тривалої міжнародної виробничої кооперації. Учасники СП можуть обрати різні форми взаємодії, залежно від їхніх інтересів і відповідних норм права. При утворенні СП важливе значення мають:

– вивчення правової системи країни базування;

– ступінь відкритості економіки;

– умови ввезення капіталу в країну і вивезення з неї.

4. Поширеним способом ведення міжнародного бізнесу стали міжнародні злиття і поглинання (міжнародні ЗПП). В умовах розвиненої ринкової економіки це об'єктивний процес, який приводить до внутрішньогалузевої і міжгалузевої консолідації підприємств як у рамках однієї країни, так і між країнами. Під консолідацією слід розуміти отримання прав на додаткову участь у статутному капіталі, здобуття більшого корпоративного контролю. Кількість учасників при цьому не змінюється. Процес є сполучною ланкою між формами часткового придбання і повним придбанням. Відмітною рисою часткового придбання є непостійний обсяг корпоративного контролю внаслідок збільшення статутного капіталу компанії, зокрема, проведення додаткової емісії, дроблення або об'єднання акцій.

МСП, формуючи МСА, також можуть керуватися цілями реструктуризації своїх операцій на міжнародному рівні за допомогою аутсорсингу і офшорної діяльності. Для МСП не повинно бути чужим прагнення «оптимізувати виробничі процеси за допомогою розміщення етапів

виготовлення товарів в різних місцях» [5, с. 37], що може починатися з формування МСА.

Завдяки своїй широкій поширеності МСП здатні надати нові можливості для економіки в справі її залучення до міжнародних економічних процесів. МСП більш гнучкі і рухливі у виході на міжнародні ринки. Вони можуть краще пристосовуватися до особливостей юрисдикції та умов МСА. У той же час іноземні юрисдикції готові чинити більше сприяння великим компаніям в силу їх економічної потужності, що робить МСП менш впливовими при пошуку ринку [4].

Відомо, що перші МСА були в основному орієнтовані на доступ до природних ресурсів, але зараз висновок альянсів передбачає передавання знань, формування інноваційності і гнучкості виробництва. Ці ресурси можуть бути розроблені на основі досвіду, особистих відносин керівників і стратегічної взаємодії національних і зарубіжних МСП.

Якщо великі форми сприяють підвищенню загальногосподарської активності за рахунок економії на масштабах діяльності, то малі надають господарству гнучкість, мобільність, здатність до швидких структурних та технічних зрушень. Це пов'язано з різними реакціями на зовнішній вплив через відмінності в порозі чутливості: чим складніша система, елемент, тим більша кількість енергії необхідна, щоб змінити характер взаємодії, в якій цей елемент або система перебували раніше. Тому прості елементи є більш рухливими, реагують швидше, а складні – менш рухливі, консервативні.

Взаємодія малого і великого бізнесу дає можливість більш ефективно здійснювати діяльність кожного з них: роль і ареали поширення малого бізнесу визначаються його інтеграцією з великим бізнесом. За спостереженнями фахівців, 46 з 58 провідних винаходів Америки і Західної Європи ХХ ст. належать окремим особам і дрібним фірмам. Відповідно до даних Національного наукового фонду США, фірми з числом зайнятих до 500 чол. в розрахунку на один вкладений в на-

уково-дослідну діяльність долар дали в 24 рази більше нововведень, ніж великі корпорації (понад 10 тис. зайнятих).

Усе вищесказане про перспективи МСП в МСА свідчить про доцільність і перспективність цього напрямку діяльності для українського малого та середнього бізнесу. Особливо це важливо для МСП в перспективних галузях, що мають потенціал зростання, до яких, на думку голови комітету Верховної Ради VIII скликання з питань промполітики і підприємництва В. Галасюка, належать: машинобудування, авіапромисловість, агропереробка, харчопром, фармацевтика, альтернативна енергетика, ІТ [1].

Однак постає питання, а чи готові українські МСП до освоєння цього перспективного напрямку економічного розвитку? Відповідь на нього буде швидше негативною, ніж позитивною. Сьогоднішній, і без того скромний (і про це вже було багато сказано), стан українського МСП ускладнений ще й пандемією.

Основний удар коронавірусний карантин завдав малому і середньому бізнесу. Більше половини (55%) малих і середніх компаній у світі понесли критичні збитки через карантинні заходи, пов'язані з COVID-19. За даними дослідження міжнародної організації International Trade Center (ІТС), вже до осені 2020 р. у світі збанкрутує кожне п'яте мале підприємство. Подальший розвиток подій тільки прискорює процес банкрутства.

Багато аналітиків говорять, що світ точно не повернеться до нормального стану, поки малий і середній бізнес не відновляться. Про остаточні втрати в рядах українського малого і середнього бізнесу говорити поки рано – вони тривають. Згідно з опитуванням Європейської бізнес-асоціації (ЄБА), серед учасників проекту Unlimit Ukraine, що об'єднує мікро- та малих підприємців, близько третини з них втратили 50–75% доходів. Ще 44% втратили менше 50%. Лише 14% опитаних заявили, що не постраждали від карантину. І це результати тільки першої хвилі коронавірусної інфекції [7]. Так що в найближчому майбутньому наші МСП чекають не найкращі часи.

Однак для того щоб стати учасником МСА із зарубіжними фірмами (малими, середніми і великими), наші МСП повинні бути привабливими для них, тобто, щонайменше, мати багаж у вигляді перспективних технологічних або продуктових розробок, що відповідають ринковому попиту не тільки в Україні, а й за кордоном. Подібні розробки, як правило, ведуться в інноваційному і венчурному малому бізнесі.

Венчурний бізнес – ризикований науково-технічний чи технологічний бізнес. Венчурний бізнес є похідним від науки, фундаментальної та прикладної, і з'явився на світ як вимога економічного розвитку, відсутня ланка між наукою і виробництвом.

Розвинутий венчурний бізнес є тим базовим сектором нової економіки, який визначає можливість країни утримувати конкурентоспроможні світові традиції у світових технологіях.

Крім того, це пов'язано з проблемами інвестиційного клімату України, нерозвиненістю ринку капіталу, переважанням низьких технологічних укладів в національній економіці, недосконалістю законодавчої системи у сфері венчурного інвестування, низькою прозорістю бізнесу, обмеженою кількістю реальних інвестиційно привабливих та інноваційних пропозицій. Та й самі українські підприємці й інвестори не готові будувати венчурний бізнес європейського зразка. Усе це створює завдання національного масштабу щодо підвищення ролі класичного венчурного бізнесу в побудові нової моделі економіки України, базованої на інвестиційно-інноваційному підході.

Разом із тим українська інвестиційно-інноваційна система ще не дозріла до побудови інноваційної та венчурної моделі бізнесу. Венчурний бізнес в Україні все ще перебуває в стадії становлення, і такому його стану сприяє, перш за все, відсутність цілеспрямованої державної політики в цій сфері, яка б сприяла усуненню причин, що стримують процес, і забезпечувала сталий розвиток цього найважливішого економічного напрямку.

Що стосується причин, що стримують інноваційний та венчурний процеси, то до них можна віднести:

– недосконалість фондового ринку, викликану політичною і економічною нестабільністю в країні, гальмуванням економічного розвитку (тільки в 2020 р. ВВП знизився майже на 4,8%), низьким рівнем життя основної маси населення, відтоком за кордон найбільш кваліфікованої робочої сили, зосередженням в результаті псевдоприватизації держмайна основної частини ресурсів країни в руках невеликої групи олігархів, відсутністю належної законодавчої підтримки інноваційного та інвестиційного процесів в економіці і, як результат, – низьким рівнем іноземних інвестицій;

– обмеженість джерел венчурного капіталу, до яких можна віднести тільки вільний капітал українського великого бізнесу (на який розраховувати сьогодні дуже складно) і кошти приватних та інституційних зарубіжних інвесторів (які з побоюванням дивляться на Україну через її політичну та економічну нестабільність). Українські фізичні особи та інституційні інвестори (пенсійні, інвестиційні фонди, страхові компанії) не можуть інвестувати венчурні фонди, згідно з діючим законодавством;

– недосконалу законодавчу базу, якою досі не дано визначення суті, функцій та принципів діяльності венчурних фірм та венчурних фондів. Ця невизначеність часто призводить до того, що вже створені венчурні фонди замість фінансування інноваційних проєктів реалізують спекулятивні схеми керування власністю за рахунок податкових пільг (оскільки венчурні фонди не сплачують податок на прибуток);

– занепад колишньої могутності науково-дослідного сектору України. У складі колишнього СРСР Україна була однією з найбільш наукопродуктивних республік і забезпечувала більше 40% винаходів з їх загальної кількості в країні. Сьогодні «за даними Держдепартаменту інтелектуальної власності, щорічно в країні видається 15–20 тис. патентів, але застосування на

ринку знаходить не більше 1 % інновацій. Українські патенти не забезпечують захист інтересів інвестора на міжнародному ринку, особливо в разі спірних ситуацій і незаконного використання інтелектуальної власності. Закони України щодо окремих об'єктів права інтелектуальної власності не приведені у відповідність із Цивільним, Адміністративним і Кримінальним кодексами та з законодавством ЄС, що є серйозною перешкодою розвитку венчурної високотехнологічної індустрії» [6, с. 57];

– слабка участь приватних інвесторів, так званих бізнес-ангелів, в інвестуванні українського виробничого та венчурного бізнесу. Участь бізнес-ангелів у фінансуванні на початкових стадіях проєктів у Європі (в 30–40 разів перевищує участь держави) та США (80% інвестицій) відіграють неоціниму роль в розвитку малого виробничого та венчурного бізнесу. В Україні ангельська мережа тільки створюється, хоча професійних бізнес-ангелів практично немає;

– нестача добре підготовлених спеціалістів у сфері підтримання інноваційного та венчурного бізнесу, які здатні вже на ранніх стадіях виявити перспективність проєктів та забезпечити пошук інвесторів для їх стабільного фінансування, а також проведення маркетингової, науково-технічної та інвестиційної експертизи;

– брак перспективних проєктів, які характеризуються продуманим і об'єктивним бізнес-планом, наявністю сильної і організованої системи управління процесом реалізації бізнес-плану, команди, що володіє баченням розвитку підприємства і технології, які побудовані на основі бізнесу;

– низький попит на нововведення в секторі МСП у зв'язку з нечисленністю в ньому виробничих, інноваційних та венчурних підприємств і відсутністю конкурентного середовища.

Впровадження власної моделі розвитку на основі інновацій може стати для України безальтернативним шляхом підвищення на світовому ринку її конкурентоспроможності.

Хоча венчурне інвестування в Україні перебуває на початковій стадії свого розвитку, воно має і перспективи для зростання, щоб потім, надалі стати катализатором розвитку інноваційного бізнесу. Для того, щоб венчурний бізнес досяг необхідного потенціалу і був здатний привабити увагу майбутніх партнерів по МСА, йому необхідно удосконалюватися як в науково-технічних розробках, так і у впевненому освоєнні внутрішнього ринку. В обставинах, що склалися, це дуже не просто, але варто зробити. Таким чином, на основі вищевикладеного можна зробити такі висновки.

1. В умовах глобалізації та посилення конкуренції компанії шукають шляхи заощадження своєї економічної ефективності, підвищення конкурентоспроможності. Як один із таких шляхів може бути розглянуто міжнародний стратегічний альянс:

- МСА – це організаційна угода про досить тривале співробітництво, яке передбачає спільне використання ресурсів і структур управління двох і більше самостійних фірм з різних країн для реалізації завдань, пов'язаних з місією кожної з них;

- МСА здатний сприяти інноваційному розвитку окремих підприємств і економіки країни, що розвивається, в цілому;

- МСА є важливою ланкою при передаванні технологій та інших науково-технічних розробок національних компаній;

- МСА малих і середніх підприємств з великими компаніями можуть отримати поширення, з одного боку, через відсутність у МСП фінансових та управлінських можливостей для розвитку бізнесу і конкуренції з глобальними гравцями галузі, а, з іншого, – великі учасники альянсу можуть розраховувати на використання гнучкості МСП і на отримання результатів їх науково-технічних робіт, а також розширення своєї науково-технічної бази за рахунок злиття з МСП або їх поглинання;

- найвищим досягненням МСА може бути створення таких інновацій та модернізація виробництва на такому рівні, які навіть не закладалися при формуванні альянсу.

2. Державі з метою підвищення інноваційної активності, розвитку і підготовки до участі в МСА венчурного, інноваційного та виробничого малого і середнього бізнесу необхідно після завершення карантину забезпечити:

- підвищення інвестиційної привабливості України за рахунок підтримання політичної, економічної стабільності та сталого спокою в країні;

- у законодавчому порядку створення і стимулювання конкурентного середовища у сфері венчурного, інноваційного та виробничого малого і середнього бізнесу в перспективних галузях економіки;

- можливість використання шляхів диверсифікації ефективної фінансової підтримки інноваційних підприємств на основі досвіду розвинених країн;

- стимулювання банківського капіталу до пільгового фінансування інноваційних МСП в перспективних галузях економіки;

- створення законодавчої основи для розвитку «ангельської мережі» в Україні з метою розширення можливостей фінансування інноваційних розробок уже на початкових стадіях;

- отримання обов'язкового рівня фінансової підготовки через інтернет-освіту для підприємців-початківців з метою зниження ризику при використанні ними фінансової підтримки;

- створення і розвиток регіональних інфраструктур ресурсної, інформаційної, науково-технічної підтримки МСП;

- організацію підготовки висококласних фахівців у сфері підтримання венчурного бізнесу та організації робіт зі створення і реалізації перспективних проєктів з метою підвищення ефективності виявлення та використання цих проєктів;

- сталий розвиток українського фондового ринку;

- удосконалення законодавчої бази в частині уточнення функцій і принципів діяльності венчурних фондів і венчурних фірм з метою виключення неправомірного використання ними податкових пільг;

- захист української інтелектуальної власності за кордоном з метою підвищення ефективності її використання у проєктах.

Список використаної літератури

1. Галасюк В. Какие отрасли промышленности самые перспективные. URL: gmk.center/opinion/kakie-otrasli-promyshlennosti-samyeperspektivnye
2. Котельников В. Стратегические альянсы. URL: cecsi/coach/strategic_alliances.html
3. Мертенс А. Венчурные фонды и венчурные инвестиции. Как это работает. URL: mertens.com.ua/articles/files/article-venture_funds.pdf
4. Паламаренко Е.В. Участие в стратегических альянсах малых и средних предприятий. URL: cyberleninka.ru/article/n/uchastie-v-strategicheskikh-alyansah-malyh-i-srednih-predpriyatiy
5. Перская В.В. Завершение процесса глобализации мирового хозяйства или ... *Экономика. Налоги. Право*. 2017. № 11(1). С. 36–42.
6. Пилипенко Б.Г. Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційних процесів: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. – К., 2015. – 273 с.
7. Тихий Ф. Выживут приспособившиеся. Как малый бизнес на Украине переживет карантин. URL: ukraina.ru/exclusive/20200709/1028202377.html
8. Шаврук С.А. Международные стратегические альянсы и многонациональное управление. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2005. С. 14–25.
9. Шипілов А. Конкуренція в системах альянсів. *Києво-Могилянська Бізнес Студія*. 2006. №9.
10. Talebi K., Farsi J.Y., Miriasi H. Identifying tge Impact of Strategic Alliances on the Perfomance of SME s (Case Study: The Industry of Automative Parts Manufacturers in Iran). *International Business Research*. 2017. № 10 (6). P. 227–235.