

3.5. Взаємозалежність інноваційної діяльності підприємств і структури галузевого ринку

Лисенко. О.А., доцент, к.ф.-м.н.

В сучасній економічній літературі не існує єдиної думки у науковців щодо однозначної кореляції між типом ринкової структури та інноваційною активністю підприємств. Так, Шумпетер Й. зауважував про важливість великого масштабу виробництва та монопольної влади для ефективної інноваційної діяльності [1]. Хоча раніше він стверджував, що інноваційна активність більш притаманна малим новим фірмам і є визначальною при формуванні стратегічного розвитку галузевого ринку.

Також, Й. Шумпетер вважав, що нецінова конкуренція на відміну від цінової, підтримується за рахунок впровадження нового товару, нової технології, нового ресурсу або нового типу організації виробництва, а безперервний інноваційний процес на фірмах руйнує існуючі ринкові структури та створює нові. При цьому для забезпечення інноваційного процесу припустимо втручання держави й існування змови та монополії [2].

Погляди Й. Шумпетера підтримав Дж. Гелбрейт, а П. Ромер при обґрунтуванні теорії нового зростання доводив, що монополії можуть бути корисними й навіть необхідними, оскільки стимулюють дослідження в галузі нових технологій [3, с. 432].

В свою чергу, К. Ерроу стверджував, що конкурентне середовище здатне забезпечити більші стимули для інновацій, оскільки стимулом до інновацій для монополіста є додатковий прибуток за умов нововведень. Проте для конкурентної фірми початковий економічний прибуток нульовий, і, відповідно, отриманий прибуток від нововведень може бути більшою величиною аніж у монополіста [4].

Крім цього, великі фірми, бажаючи розробляти нову продукцію повільно, під впливом конкуренції з боку малих фірм, починають

застосовувати рішучі дії, щоб завадити малій фірмі швидше застосувати нововведення.

Разом з цим, науковці зауважують, що інновації призводять до зменшення рівня конкуренції, тобто до монополізації ринку. Так, прискорення темпів впровадження новацій збільшує витрати на них, оскільки: необхідно проводити паралельні дослідження, щоб швидко знайти рішення в умовах невизначеності; економія часу від розробки нової продукції до перших дослідів збільшує кількість невдалих спроб; існує спадна гранична віддача при розподілі виконавців у даному технічному завданні [3, с. 433].

Якщо розглянути ринок симетричної олігополії, на якому існує кілька підприємств, то стає очевидним, що чим більше конкурентів, тим більшим буде вигравш від першого введення продукту для даного підприємства порівняно з іншими, тобто збільшення кількості симетричних конкурентів прискорює НДДКР.

Проте, як зауважують економісти, із зростанням кількості потенційних інноваторів величина додаткового прибутку може виявитися нижчою за інноваційні витрати. Як результат, усвідомлення цієї ситуації підприємствами-конкурентами призведе до провалу ринку. Крім того, при зміні структури ринку від монополії до дуополії та більш гнучкої олігополії, здатність підприємств утримувати ціну на монопольному ринку зменшується [3, с. 435].

Проведений аналіз конкурентоспроможної діяльності підприємств України Антимонопольним комітетом України показав, що згідно розрахованого глобального індексу конкурентоспроможності у 2016 році рейтинг України за групою «Інновації» покращився до 52-го місця проти 54-го у 2015 р. Але, у 2017 році він втратив – 9 позицій і опустився в рейтингу на 61 місце. Як показують дослідження на позицію даного рейтингу вплинули такі його складові:

– потенціал до інновацій (Україна втратила лише 2 позиції: 51 місце проти 49-го у 2016 р.; кращий показник був у 2010 році (37 місце);

– державні закупівлі високотехнологічної продукції (96-те місце проти 82-го у 2016 р., – 14 позицій);

– взаємозв'язки університетів з промисловістю у сфері досліджень і розвитку (73 місце проти 57-го у 2016 р. – 16 позицій) [5, с. 13].

За даними Державної служби статистики України сумарний індекс інновацій за видами економічної діяльності у галузі виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюну у 2012-2014 рр. був 15,7%, у 2014-2016 рр. - 17,8%. Незважаючи на зростання індексу на 2,1% ранг галузі відповідно дорівнював 10 та 13 [6, с. 147]. Даний показник для визначеної галузі був кращий аніж для усієї промисловості, проте нижчий аніж по усій Україні.

Як свідчать дані опитування, проведеного Центром комплексних досліджень АМКУ у 2017 році, суб'єктами господарювання відзначено, що в АПК відбувається поступове зниження таких показників інтенсивності, як внутрішньоукраїнської та з країнами далекого зарубіжжя. Стосовно показника інтенсивності конкуренції з країнами СНД, зарубіжжя можна відзначити його значне зниження: 90% у 2016 р. проти 21,1% у 2017 р. [5, с. 13].

Проте, необхідно зазначити, за результатами опитування респондентів було виявлено, що у поточному році домінуючий вплив на інтенсивність внутрішньої конкуренції чинило проникнення на основні ринки збуту підприємства, тобто відкритість галузевих ринків до можливості входження нових гравців (23% від загального впливу порівняно з 12% у 2016 р.). [5, с. 22].

Проведемо аналіз деяких ринків основних продуктів харчування, які мають чітко виражену структуру на споживчому ринку України, і дозволяють узагальнити результати діяльності підприємств харчової промисловості та АПК в цілому.

За даними АМКУ у 2016-2017 рр. ринок хліба та хлібобулочних виробів мав стабільний попит на продукцію, проте останніми роками офіційні обсяги виробництва хліба знижувалися, що пов'язано насамперед зі

скороченням населення країни, постійним підвищенням цін та соціальним становищем населення. Інформація щодо виробництва й реалізації хліба, наявна в Державній службі статистики, не відображає повного обсягу виробництва та реалізації хліба та хлібобулочних виробів в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво та споживання хлібу населенням України у 2013-2017 рр.

Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Виробництво хлібу та виробів хлібобулочних, нетривалого зберігання, млн. т	1,6	1,4	1,2	1,2	1,1
Споживання хліба та хлібних продуктів населенням, млн. т	4,9	4,9	4,4	4,3	4,3
Індекси споживчих цін, до попереднього року	101,1	113,4	160,6	111,1	108,4

Джерело : [6, с. 29, 100, 234, 272; 7, с. 103, 236]

Як показують дані табл. 1 виробництво хлібу та хлібобулочних виробів значно менше за обсяги споживання даного продукту населенням. Це свідчить про наявність значної частки тіньової економіки або великої кількості підприємців, що не потрапляють в офіційну статистику, але мають достатній вплив на рівень конкуренції. Останнє змушує виробників розширювати асортимент вироблених продуктів, що ускладнює визначення товарних меж ринку.

Зважаючи на високу вартість транспортних витрат на доставку товару на далекі відстані ринок хлібу є міжрегіональним. Конкуренція за споживачів підсилюється власним виробництвом хліба торговельними мережами. Найбільшими виробниками є ХК «Хлібні Інвестиції», ПАТ «Київхліб», «Куліничі», Концерн «Хлібпром», які працюють в декількох регіонах і конкурують з місцевими виробництвами. Загалом кількість виробників на ринку більше за 100 як у виробництві хлібу та хлібобулочних виробів, так і у торгівлі. Основним бар'єром входу на ринок є значні інвестиції на відкриття бізнесу при його низькій рентабельності. Якщо для відкриття невеликої пекарні зі скороченим технологічним процесом не потрібно великих коштів,

то відкриття повноцінного хлібозаводу – витратний та тривалий процес [8, с. 106-107].

Гречка як основна круп'яна культура є невід'ємною складовою вітчизняного ринку зерна, вона є одним із основних продуктів споживання пересічного українця і, тому попит на неї завжди досить високий. У загальній структурі вітчизняного виробництва круп гречка є лідером серед інших круп, частка виробництва якої у загальному виробництві круп по Україні становить 25%. Ціна продажу крупи гречаної складається, перш за все, із ціни закупівлі сировини (у середньому близько 80%), тобто основним питанням на ринку гречки постає задача забезпечення потреб ринку зерном гречки.

Протягом 2013-2015 рр. спостерігалось скорочення площ посіву зерна гречки та відбулося зменшення обсягів імпорту, що призвело до зменшення виробництва гречки із розрахунку до попереднього року відповідно на 6,7% та 23,35%. При розрахунковій потребі внутрішнього ринку близько 160 тис. тонн гречки на рік це стало одним із основних факторів, який вплинув на підвищення цін у 2,5 рази у 2015 р. (табл. 2).

Таблиця 2

Основні показники вирощування та виробництва крупи гречаної

Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Посівні площі, тис. га	189	140	143	154	189
Виробництво гречки, тис. т	179	167	128	176	180
Індекси цін реалізованої продукції, до попереднього року	–	134,5	252,2	144,1	80,04

Джерело : [6, с. 309, 305, 311; 7, с. 308]

У 2016-2017 рр. ситуація на ринку крупи гречаної покращилась за рахунок збільшення посівних площ та виробництва крупи гречаної більше за потреби внутрішнього ринку і відповідно зменшення цін на 20%.

За звітом АМКУ на ринку крупи гречаної немає підстав для визначення монопольних утворень. Частки найбільших виробників крупи гречаної на ринку становлять близько 10-12% щодо кожного (загальна кількість виробників гречки більше 1200), підприємств, що займаються виробництвом

та фасуванням більше 100, основні з яких ТОВ «Олімп», ТОВ «Рідний продукт», ТОВ «Сквирський комбінат хлібопродуктів» та ін., ринок оптової і роздрібної торгівлі є конкурентним [5, с. 120].

Наступний ринок, який є важливим для України як одна із складових експорту, так і з точки зору доступності товару на внутрішнього ринку для населення є ринок м'яса птиці, 90% якого складає ринок м'яса курячого. Територіальні межі як ринку м'яса птиці взагалі, так і курячого м'яса зокрема, є вся територія України, оскільки транспортування м'яса птиці в межах України не має помітного впливу на рівень якості та споживчі властивості зазначеного товару, а також відсутні бар'єри для переміщення її з одного регіону України в інший [8, с. 108-109].

На сьогодні за обсягами виробництва м'яса курячого найбільшими учасниками українського споживчого ринку є ГК ПАТ «Миронівський хлібопродукт» (38%), ТОВ «Комплекс Агромарс» (12%), та ТОВ «Агро Овен» (6%) [5, с. 122].

Проведений статистичний аналіз індексу цін на м'ясо куряче за 2013-2017 рр., за виключенням останніх трьох місяців 2017 р. показав постійний приріст цін, який загалом не перевищував 10% за рахунок зростання цін на енергоносії та комбікорми, які становлять до 70% у собівартості готової продукції [5, с. 122]. Крім цього, постійне значне зростання обсягів експорту даного виду продукту у 2016-2017 рр. відповідно на 48,9% та 13% порівняно з попереднім роком (на 29% та 33% відбулося зростання експорту м'яса птиці у доларовому еквіваленті завдяки скасуванню низки експортних обмежень) визначає експортоорієнтовність учасників ринку та зменшує пропозицію на внутрішньому ринку, збільшує споживчий попит, і, як результат, призводить до збільшення ціни реалізації.

Також треба враховувати, що споживачі у разі нестачі або високих цін на м'ясо свинини або яловичину переключаються на споживання більш дешевого курячого. Про це свідчить тенденція споживання м'яса на українському споживчому ринку, де при визначеному фонді споживання

м'яса останні роки відбувається постійне зменшення вживання яловичини та свинини на користь м'яса птиці на 1-2% на рік [9, с. 38], що також може спричинити значне збільшення попиту, який неможливо забезпечити в короткостроковій перспективі.

Яйце – білковий продукт високої харчової і біологічної цінності, що використовується в кулінарії, харчовій, медичній та косметичній промисловості. Завдяки такому широкому використанню даного виду продукту структура ринку є наближеною до олігополії, але конкурентною. Сукупна частка трьох найбільших промислових груп учасників ринку («Авангард», «Овостар Юніон» і «Інтер-Агросистеми») становила 46,61% [5, с. 124].

За даними Державної служби статистики України на ринку яєць курячих відбуваються сезонні коливання попиту з боку кінцевих споживачів і пропозиції з боку виробників [9, с. 39]. Також у 2013-2014 та 2017 рр. спостерігалось збільшення обсягів експорту яєць та яйцепродуктів. Порівняно з попередніми роками зростання відбулося на 28%, 40% та 38,4% відповідно за виключенням 2015-2016 рр., коли відбулося деяке зниження експорту порівняно з попередніми роками на 14% та 11% відповідно. Частка обсягу імпорту в експорті складають менше за 0,5 одиниць. Отже, ринок є експортноорієнтованим з позитивною динамікою збільшення обсягів експорту. Крім цього, на внутрішньому ринку яєць спостерігається висока конкуренція з боку господарств населення, які реалізують даний продукт. За даними Державної служби статистики обсяги виробництва в загальній структурі загального обсягу виробленого продукту склали від 37% у 2012 р. до 46% у 2016-2017 рр. При цьому обсяги виробленого продукту в господарствах населення практично не змінювався проти поступового зменшення обсягів виробництва сільськогосподарськими підприємствами.

Стосовно олійно-жирового комплексу, який об'єднує виробників насіння соняшнику та олійно-жирової продукції, необхідно зазначити, що він є однією з найбільших галузей АПК України, на яку припадає до 10%

виробленої харчової продукції [5, с. 128]. Це перш за все пов'язано з великою часткою світового експорту соняшникової олії (54%), що призводить до залежності збалансованості внутрішнього попиту та пропозиції від світової ринкової кон'юнктури.

За даними АМКУ у 2016-2017 рр. основними учасниками ринку були такі суб'єкти господарювання ДП П «Сантрейд» і ТОВ «Кернел-Трейд». Причому у 2016 р. сукупна частка виробництва даних підприємств була понад 50% [8, с. 112], у 2017 р. вона склала вже 56%: ДП П «Сантрейд» з часткою 21% і ТОВ «Кернел-Трейд» з часткою 35%, що свідчить про зміцнення позицій двох крупних виробників олії соняшникової та тяжіння ринку до олігополії.

При цьому необхідно зазначити, що на ринку відбувається реструктуризація: виробників олії нерафінованої перепрофілюють своє виробництво на олію соняшкову рафіновану. Це викликано перш за все зростанням попиту на останню на внутрішньому ринку України і виділенням окремого ринку олії соняшникової рафінованої бутильованої.

Учасниками ринку цукру в Україні є понад 30 заводів, серед яких існує група великих виробників, зокрема, Астарта (28%), Укрпромінвест, Радехівський цукор тощо. Сумарна частка трьох найбільших виробників перевищує 43%, а семи найбільших – 54% [5, с. 130].

Цукор, вироблений в Україні реалізується як на внутрішньому ринку кінцевим споживачам, так і використовується в інших галузях харчової промисловості, а також експортується. Волатильність світових цін на цукор має достатньо високий вплив на діяльність підприємств та внутрішні ціни [8, с. 115], що викликає кожного року або необхідність збільшення посіву площ цукрових буряків, або їх зменшення. Тому, для підвищення ефективності виробники цукру утворюють вертикально інтегровані холдинги, які включають господарства з вирощування буряків, цукрові заводи, фасувальні потужності. Також, останніми роками відбувається скорочення кількості

цукрових заводів, що пов'язане з невисокою рентабельністю виробництва та зношеністю обладнання

Таким чином, структура ринку цукру в Україні є наближеною до олігополії, але конкурентною. Також, необхідно зауважити, що як і на ринку хліба, найбільш вагомим бар'єром входу на ринок цукру для нового учасника є інфраструктура для здійснення діяльності з виробництва цукру; встановлення комерційних зв'язків з потенційними клієнтами; знання специфіки функціонування ринку цукру в Україні та насичення ринку товаром.

Розглянув основні галузеві ринки України, суб'єкти господарювання харчової промисловості, можна дійти висновку, що ринки є достатньо конкурентними з ознаками олігополії.

За даними державної служби статистики України витрати на інновації підприємствами харчової промисловості в основному здійснювались за рахунок власних коштів підприємств (більше 90%).

Також виявлено, що існує прямий зв'язок між розміром підприємства і його рівнем інноваційності (табл. 3). Необхідно зауважити, що загальна кількість великих інноваційно активних підприємств має тенденцію до зменшення (3,5%). В свою чергу, зростає кількість інноваційно активних малих та середніх підприємств зростає (4,4% та 9,5% відповідно).

Таблиця 3

**Загальна структура інноваційно активних промислових підприємств у
2012-2016 рр. за розміром**

Показники	2012-2014			2014-2016		
	Загальна кількість, од.	Інноваційно активних, од.	Частка в загальній кількості, %	Загальна кількість, од.	Інноваційно активних, од.	Частка в загальній кількості, %
Малі	9124	1185	13	8390	1237	14,7
Середні	3208	769	24	3237	842	26
Великі	1197	538	43	1188	519	44

Джерело: [10, с. 115]

Відповідно найвища частка як технологічно активних, так і нетехнологічно активних підприємств була серед великих підприємств (відповідно 31,4% і 28,1%). [6, с. 109].

Аналіз структури витрат на технологічні інновації за розміром підприємств у 2016 р. порівняно з 2014 р. [10, с. 127] показав такий перерозподіл загального обсягу витрат:

- на внутрішні НДР малі підприємства збільшили витрати на 12,9%, середні зменшили на 0,6%, великі підприємства скоротили витрати на 5,6%;

- на зовнішні НДР малі підприємства збільшили витрати на 5%, середні 5,8%, великі знизили на 6,2%;

- на придбання машин обладнання та програмного забезпечення малі підприємства знизили майже на 50%, середні – на 5,3%, великі наростили частку витрат на 20%;

- на придбання зовнішніх знань малі підприємства збільшили на 0,6%, середні знизили на 0,3%, великі – на 0,8%;

- на іншу інноваційну діяльність (включаючи дизайн, навчання, маркетинг тощо) малі підприємства витратили на 31% більше, середні – на 0,4% та великі підприємства знизили частку витрат на 7,3%.

Також держава останні роки стала більше підтримувати малий та середній бізнес з метою підвищення конкурентоздатності галузевих ринків

Таким чином, взаємозв'язок між розміром підприємства, концентрацією виробництва та інноваційною активністю в галузі не є однозначним. В сучасних ринкових умовах господарювання така залежність має складний характер, який залежить від галузі, державної програми та роботи антимонопольного комітету.

При здійсненні інноваційної діяльності великі підприємства мають більше засобів для інвестування в наукові дослідження та розробки; отримують значну економію на масштабі при здійсненні інноваційних проектів; мають можливість розподіляти ризик між багатьма інноваційними проектами, зокрема інвестувати довгострокові проекти; також

диверсифікований характер дозволяє їм фінансувати наукові дослідження та розробки в одній галузі, а використовувати їх в інших. Зрозуміло, що бюрократизація таких підприємств призводить до зменшення їхньої інноваційної активності і ефективність функціонування ринку зменшується [3, с. 440].

Як показали дослідження галузевих ринків та статистичні дані щодо інноваційної активності промислових підприємств України стимулюючим фактором інновацій є конкурентний ринок. Проте, однозначно визначити вплив структури галузевого ринку України на інноваційну діяльність його учасників не представляється можливим, оскільки національні галузеві ринки АПК та харчової промисловості мають неоднозначний характер, відсутні статистичні дані деяких учасників ринку, включаючи народні господарства, необхідність вкладення великих інвестицій при малій рентабельності. Також, експортоорієнтованість ринків дозволяє їх учасникам підвищити конкурентоспроможність за рахунок нововведень на глобальних ринках, з одного боку, а з іншого – непередбачуваність внутрішнього ринку, зумовленого внутрішніми процесами в країні, змушує таких учасників не застосовувати активної інноваційної політики.

Література:

1. Шумпетер Й.А. Капитализм, Социализм и Демократия: Пер. с англ. /Предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1995. - 540 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М., 1992.
3. Ігнатюк А. І. Економіка галузевих ринків : навчальний посібник /А. І. Ігнатюк. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2015. – 448 с. 431-441
4. Arrow K. Economic welfare and the allocation of resources for invention / K. Arrow // The rate and direction of inventive activity: economic and social factors. – Princeton, 1962

5. Звіт антимонопольного комітету України за 2017 рік : затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 28.02.2018 № 5–рп // <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/140488>

6. Статистичний щорічник України за 2017 рік / За ред. Вернера І.Є. ; Відп. за вип. Вишневська О.А. – К. : Державна служба статистики України, 2018. – 540 с.

7. Статистичний щорічник України за 2015 рік / За ред. Жук І.М. ; Відп. за вип. Вишневська О.А. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 574 с.

8. Звіт антимонопольного комітету України за 2016 рік : затверджено Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14.03.2017 № 2–рп // <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=133712&schema=main>

9. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України : Статистичний збірник / Відп. за вип. О. М. Прокопенко. – К. : Державна служба статистики України, 2018. – 59 с.

10. Наукова та інноваційна діяльність України : Статистичний збірник / Відп. за вип. О. О. Кармазіна. – К. : Державна служба статистики України, 2018. – 178 с.