

Наталія ПАТИКА,
доктор економічних наук, професор, завідувач відділу
соціально-економічного розвитку сільських територій,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»,
Альберт ПРІБ,
аспірант,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»,
Україна

ДЖЕРЕЛА ТА ІНСТРУМЕНТИ ІНВЕСТИВАННЯ У РОЗВИТОК ЕКОСИСТЕМ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Упродовж трьох останніх десятиліть в економічній науці і практиці упевнено вкорінюється поняття «екосистем підприємництва» або «бізнес-екосистем». Його фундатором став американський науковець Дж. Мур [1], який розглядав дане явище як «економічне співтовариство організмів ділового світу», що у процесі свого функціонування підтримують і взаємодоповнюють одне одного та у такий спосіб забезпечують свою господарську діяльність й економічний розвиток.

До складу екосистеми можуть входити чисельні членські організації, які прямо чи опосередковано беруть участь у виробництві, постачанні, обміні та споживанні певних товарів чи послуг. Зокрема це виробники, постачальники, продавці, суб'єкти інфраструктури, а також конкуренти, споживачі та інші зацікавлені сторони. Тобто сукупність економічних суб'єктів, чия індивідуальна бізнес-діяльність, закріплена навколо центрального ядра екосистеми та певною мірою поділяє результати роботи всієї екосистеми, як вказує С. Мюгге [2].

Тому зазвичай екосистема утворюється навколо діяльності однієї або декількох центральних компаній, що відіграють провідну роль у виробництві, обміні чи споживанні означених товарів і послуг. Однак з часом їхня провідна чи керівна роль може змінитися, їхнє місце можуть посісти інші суб'єкти, однак екосистема продовжить існувати, адже вона дозволяє своїм членам виконувати їхні місії, досягати цілі, забезпечувати цінності, рухатися до спільного бачення бізнесу, вирівнювати свої інвестиції та виконувати взаємно підтримуючі ролі.

Важливою особливістю функціонування підприємницьких або бізнес-екосистем є те, що до їхнього складу у сучасному світі можуть входити навіть споживачі й конкуренти. Адже екосистема забезпечує виробництво і обмін товарів та послуг, що є цінними для споживачів, тому їх членство в екосистемі стає органічним доповненням до її функціонування. Щодо конкурентів, то як показує сучасний досвід провідних світових компаній, конкуренція поступово виходить на принципово новий щабель і набуває суттєво зміненої модифікації. У зв'язку з цим В. Кличко та Ш. Білен обґрунтували навіть нову наукову економічну дефініцію «конкуперація», що являє поєднання таких традиційних понять як конкуренція та кооперація. Її ідея витікає із думки – «світ став надто складним, щоб вистояти самому. Зрештою, навіть найсильнішим гравцям часом бракує здатності та здібності швидко та самотужки встигати за трендами й запроваджувати інновації. А той, хто ділиться власними ноу-хау і досвідом зокрема і з конкурентами, посилює власні позиції» [3]. На думку авторів, конкуперація стає стимулом розвитку та допомагає заощаджувати ресурси.

Отже, розвиток екосистем підприємництва засновується на забезпеченні взаємовигідних «симбіотичних» відносин з постачальниками, бізнес-партнерами, споживачами і навіть з конкурентами. Це створює умови підвищення ефективності діяльності, раціонального розподілу ресурсів, найповнішого інвестиційного забезпечення й багатьох інших переваг.

В Україні особливо значимим розвиток екосистем є в сільському господарстві і аграрному підприємстві. Адже нині ця сфера економічної діяльності зазнала особливо тяжких викликів, пов'язаних із війною росії проти України, порушенням логістичних ланцюжків руху продукції, виникненням та посиленням ризиків військового, економічного, фінансового, соціального, інфраструктурного характеру тощо.

Поряд з тим, функціонування екосистем аграрного підприємництва дозволить розширити джерела і можливості інвестиційного забезпечення товаровиробників, що стане особливо значимим в умовах продовження війни та повоєнний період. Так, поряд із традиційними джерелами інвестицій

формуватимуться нові, що виникатимуть саме у складі екосистеми. Серед традиційних джерел перш за усе варто виділити: власні фінансові ресурси (прибуток, амортизаційні відрахування, кошти від нагромадження та тезаврації, страхові та інші відшкодування); позичкові кошти (банківські та бюджетні кредити, облігаційні позички); залучені фінансові кошти (кошти, одержані від продажу акцій, пайові та інші внески громадян і юридичних осіб); бюджетні інвестиційні асигнування; безоплатні та благодійні внески, пожертви тощо.

Водночас новими джерелами ставатимуть: фінансові ресурси споживачів та інших учасників екосистеми; кошти територіальних громад, у межах функціонування яких розвиватимуться екосистеми, а також об'єднані ресурси конкуруючих компаній, що ризикнули спільно реалізовувати інвестиційні проекти та програми або опановувати і просувати інновації. Потрібно зазначити, що останнє з перелічених джерел, незважаючи на неоднозначне сприйняття можливостей його формування, нині активно розвивається. Найбільш яскравим прикладом може стати симбіотична співпраця світових автоконцернів BMW, Daimler і Volkswagen, що об'єднують свої зусилля перед викликами електрокарів Tesla та самокерованих авто Google. В аграрному підприємстві така співпраця стає все більш актуальною для агрохолдингів, крупних виробників зерна, м'ясної і молочної продукції, соняшника й інших олійних культур, яєць тощо, а також великих операторів аграрних ринків.

Поряд з тим, як показує сучасний світовий досвід, утворення і функціонування екосистем передбачає активну цифровізацію бізнесу та перехід на широке використання ІТ-технологій. Це дозволяє розширити та модернізувати набір інструментів для здійснення інвестиційної діяльності в аграрному підприємстві. Поряд із залученням кріптовалют, розвитком крауфандінгових платформ і багатьма іншими інструментами, найбільш перспективними нині є використання токенів. По своїй суті токен – це одиниця обліку активів у різних ІТ-проектах. Його можна визнати сучасним аналогом акцій на фондовій біржі. Токени випускають для залучення фінансування стартапів у рамках процедури ICO, а також кредитування та монетизації

додаткових сервісів для усіх учасників проекту. Токени свідчать про частку акціонерних прав у проекті, а також можуть виступати у вигляді винагороди (bounty) за якісь послуги стартапу чи виконують роль валюти в закритій екосистемі. По при новизну токени як інвестиційного інструменту в Україні уже є позитивний досвід його реалізації в аграрному секторі економіки компанією Agro Glory Time, зокрема у проектах тепличного вирощування огірків [4]. Такий досвід доцільно розширювати на найрізноманітніші сфери аграрного товаровиробництва.

Таким чином, джерела інвестиційних ресурсів для розвитку екосистем аграрного підприємництва можуть розширюватися за рахунок залучення у внутрішній обіг коштів усіх учасників екосистеми, включаючи ресурси споживачів, територіальних громад та суб'єктів конкуренції. Традиційні інструменти інвестування доцільно розширювати на основі сучасних ІТ-технологій, зокрема через активне використання токенів.

Список використаних джерел

1. Moore J. F. The Death of Competition: Leadership & Strategy in the Age of Business Ecosystems. New York : HarperBusiness, 2010. 382 p. URL : <https://archive.org/details/deathofcompetiti00moor/page/n327/mode/2up>.
2. Muegge S. Platforms, Communities, and Business Ecosystems: Lessons Learned about Technology Entrepreneurship in an Interconnected World. // Technology Innovation Management Review, 2013. URL : <https://timreview.ca/article/655>.
3. Кличко В., Білен Ш. Управління викликами. Київ : Наш формат, 2018. 200 с.
4. Токен AGTI // Agro Glory Time. URL : <https://sevlushfoods.com/>.