

**Краліч Є.Р., аспірант спеціальності 051 Економіка**  
**Науковий керівник: Вагонова О.Г., д.е.н., професор кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління**  
(*Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» м. Дніпро, Україна*)

## **ТЕОРІЯ ВІЙСЬКОВО-ТЕХНІЧНИХ ІННОВАЦІЙ: ВИРОБНИЧИЙ АСПЕКТ**

Сучасний розвиток теорії військово-технічних інновацій характеризується суттєвими розбіжностями у питаннях щодо її рушійних сил. Всі вони виходять з різних підходів до вирішення питання ендогенної чи екзогенної природи військових потреб і процесів їх фінансування. [1, с.157]. Якщо впровадження інновацій розглядати в якості ендогенного чинника відносно попиту, то всі організаційні й фінансові питання автоматично стають сферою відповідальності військових. Якщо ж інновації будуть стимулюватися самими виробниками, то фірми, що володіють новітніми розробками, матимуть значні переваги.

Досить поширеною є думка, що серйозні військові інновації з'являються лише тоді, коли цивільні органи влади спонукають великі компанії до більш релевантного реагування на наявні загрози та підвищення ефективності управлінських рішень [2, с.14]. Так, ще всередині минулого століття Йозеф Шумпетер дійшов висновку, що великі за розміром корпорації мають суттєві переваги щодо впровадження стабільних нововведень в кластери технологічного прогресу, причому ступінь інноваційності суттєво різниться залежно від сектору економіки [3, с.173].

Разом з цим, значна кількість найбільш інноваційних систем озброєнь, що з'явилися на ринку протягом останнього десятиріччя, були розроблені малими за стандартами галузі фірмами. Незважаючи на популярність теорії Й. Шумпетера, сьогодні залишається дедалі менше аргументів на користь промислових гігантів у вирішенні питань швидкого й ефективного впровадження технологічних змін та використання новітніх технологій [4, с.214]. Дійсно, є вагомі підстави вважати, що впровадження комп'ютерних технологій як важливого повноцінного чинника виробництва може змінити динаміку інновацій та вплинути на структуру оборонного виробництва. До початку впровадження засобів автоматизованої розробки програмного забезпечення (CASE) практично вся автоматизація стосувалася виробничих процесів, а не процесів проектування та управління [5, с.194].

Чітке формулювання інновації, її відмінність від удосконалення технологій є вкрай важливим для визначення ринків, на яких малі підприємства можуть досягати успіхів. В контексті нашого дослідження під інновацією доцільно розуміти нововведення, будь-яку позитивну зміну, яка володіє самостійною цінністю, вноситься у діяльність для підвищення ефективності будь-якого виробничого процесу, конкурентоспроможності та економічної ефективності виробництва. Поняття «інновація» включає чотири ключові компоненти: креативність, стратегію, реалізацію, прибутковість. Технологічна інновація характеризує інтенсивність розвитку виробництва. До таких інновацій відносять усі зміни, що зачіпають засоби, методи, технології виробництва, які складають сутність науково-технічного прогресу [6, с.58]. Малі фірми зазвичай більш гнучкі у прийнятті рішень щодо перспективних технологій та систем, відповідно, інновації, що не потребують значних фінансових вкладень впроваджуються набагато швидше. Поряд з цим вони мають протидіяти можливим спробам супротиву, що чинять потужні диверсифіковані оборонні підрядники, метою яких є недопущення розвитку нових концепцій виробництва озброєння, оскільки це може призвести до падіння обсягів продажів їх власних зразків військової техніки.

Говорячи про широкі можливості зменшення собівартості продукції великими корпораціями за рахунок збільшення масштабів виробництва, слід чітко розрізняти економію на рівні індивідуального продукту, на рівні виробництва та корпоративному (досить часто на останньому рівні економічні переваги нівелюються внаслідок значних адміністративних витрат). Навіть за умови, що в оборонній промисловості домінують гігантські компанії, можна навести приклади секторів, де дрібні виробники користуються великою лояльністю клієнтів. Так, структуру європейської оборонної промисловості, подібно до інших галузей розподілено між декількома великими гравцями і приблизно 1350 малими та середніми підприємствами. Хоча компанії розпорошені майже по всій території ЄС, можна виділити ряд країн (Австрія, Чеська Республіка, Франція, Німеччина, Італія, Польща, Іспанія, Швеція та Велика Британія), де концентрація оборонних підприємств є набагато більшою, ніж в інших. Група провідних гравців-виробників зброї представлена 31 компанією, річний обіг яких коливається від 0,5 до 23 мільярдів євро (в середньому 3 мільярди євро). Аналіз відповідної статистики щодо малих і середніх європейських підприємств ускладнюється через брак інформації в Євростаті, однак наявні дані свідчать про те, що невеликі компанії в основному здійснюють виробництво зброї та боєприпасів, тоді як великі компанії переважно зосереджуються на виробництві військових автомобілів і літаків.

Таким чином, військово-технічні інновації будуть слугувати характерною рисою військової конкуренції, а швидкий і всеохоплюючий прогрес у низці нових і проривних технологій, зміна глобального балансу сил суттєво впливатимуть на розвиток оборонних відомств в усьому світі, змушуючи їх адаптувати та інтегрувати новітні технології.

#### Список використаних джерел:

1. Thompson W. Economic Rivalry and Global War. *Power Concentration in World Politics: The Political Economy of Systemic Leadership, Growth, and Conflict*. 2020. № 1. P. 143–177.
2. Barkema H. G., Vermeulen F. International Expansion through Start-up or Acquisition: A Learning Perspective. *Academy of Management Journal*. 1998. Vol. 41, № 1. P. 7–26.
3. Schumpeter J. A. Business cycles. *New York: Mcgraw-hill*. 1939. № 1. P. 161–174.
4. Savolainen J., Collan M. How additive manufacturing technology changes business models?—review of literature. *Additive manufacturing*. 2020. Vol. 32. P. 202–226.
5. Rymarczyk J. Technologies, opportunities and challenges of the industrial revolution 4.0: theoretical considerations. *Entrepreneurial business and economics review*. 2020. Vol. 1, № 8. P. 185–198.
6. Полегенька М. А. Етимологія терміну «інновації» як економічної категорії. *Агросвіт*. 2016. № 21. С. 57–61.