

УДК 330.01

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИЙ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Валяева Д.С.

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

E-mail: daryadaryaeva@gmail.com

В данной статье рассмотрена проблема инвестиционной стратегии компаний высоких технологий. В основе данной работы лежит рассмотрение особенностей компаний высоких технологий, их отличий от компаний других отраслей, а также анализ этапов формирования инвестиционной стратегии. На основе проведённого исследования авторами было выявлено, что в компаниях высоких технологий инвестиционные приоритеты сдвинуты в сторону вложений в нематериальные активы и значительно отличаются от компаний остальных отраслей, в связи с чем необходим особый подход в формировании инвестиционной стратегии и, соответственно, этапы формирования инвестиционной стратегии компаний высоких технологий будут иметь отличительные особенности.

Ключевые слова: инвестиции, стратегия, высокие технологии, разработка стратегии, нематериальные активы.

INVESTMENT STRATEGY OF HIGH TECHNOLOGY COMPANIES

Valyaeva D.S.

This article examines the problem of the investment strategy of high technology companies. The basis of this work is to consider the characteristics of high technology companies, their differences from companies in other industries, as well as the analysis of the stages of the formation of an investment strategy. Based on the study, the authors found that in high technology companies investment priorities are shifted towards investing in intangible assets and are significantly different from companies in other industries, and therefore a special approach is needed in shaping the investment strategy high technology with distinctive features.

Keywords: Investments, strategy, high technology, strategy development, intangible assets.

Инвестиционная стратегия компаний высоких технологий

Инвестиционная стратегия чрезвычайно важна для высокотехнологичных компаний. Рынок постоянно оценивает и вознаграждает или наказывает конкурентов, основываясь главным образом на успехе или неудаче их продукции. Поэтому при разработке инвестиционной стратегии компаний высоких технологий необходимо учитывать отраслевую специфику.

Основной целью исследования является определение особенностей инвестиционной стратегии компаний высоких технологий. При достижении данной цели были использованы методы анализа и обобщения информации из различных источников – отечественных и зарубежных.

При обсуждении проблемы определения сектора высоких технологий возникает следующий вопрос: является ли сектор производителем, создателем передовых технологий или, скорее, пользователем, обычно применяющим такую технологию? По результатам анализа различных источников, нет единого предпочтительного метода идентификации высокотехнологичных отраслей. Чаще всего считается, что сектор высоких технологий представляет собой отрасли промышленности, которые формируются на месте встречи науки и промышленности и в основе деятельности которых лежит обработка результатов научных исследований. Основным фактором, определяющим, рассматривается ли данный сектор или продукт как высокотехнологичный, является оценка интенсивности затрат на исследования и разработки. Высокие технологии являются относительной категорией в таком подходе.

Следует, однако, отметить, что в различной литературе помимо показателей интенсивности НИОКР перечислены ряд других критериев, которые позволяют идентифицировать высокотехнологичные секторы, например, удельный вес научно-технического персонала, количество полученных патентных прав или подписанные лицензионные соглашения. Горизонтальный подход рассматривает высокотехнологичный сектор с точки зрения науки.

Например, биотехнология, определенная как высокотехнологичный сектор, характеризуется высокой долей затрат на НИОКР, с одной стороны, но, с другой стороны, ее коммерческое применение можно найти во многих других отраслях промышленности, как низко технологичных (например, пекарня), так и высоких технологий (например, фармацевтическая промышленность). Этот подход подчеркивает технологии, которые стали основой для новой экономической инфраструктуры. Зачастую это базовые технологии с возможностью долгосрочного и разнообразного развития. Более того, новые технологии отличаются от традиционных из-за наличия стохастических, непрерывных и абстрактных событий. Высокотехнологичная технология не требует управления эффективностью, которая включает в себя повышение производительности, качества и мотивации, но она меняет менеджеров на так называемых катализаторов изменений, целью которых является активировать и поддерживать внедренные улучшения и самоуправление, связанные с дисперсией иерархии и использованием организационных и лидерских навыков. [2]

Тем не менее, представляется разумным указать основные особенности сектора, которые позволяют дифференцировать этот сектор от менее технологически передовых отраслей. Следует отметить следующие особенности:

- высокий спрос на научные исследования и интенсивность расходов на НИОКР,
- высокий уровень инновативности;
- быстрое распространение технологических инноваций;
- быстрый процесс устаревания готовых продуктов и технологий;
- высокий уровень занятости научно-технического персонала;
- высокие капитальные затраты и высокий уровень ротации технического оборудования, заменены более современными и инновационными устройствами;
- высокий инвестиционный риск и быстрый процесс девальвации инвестиций;
- результаты технических знаний в виде многочисленных патентов и лицензий. [3]

Учитывая вышеупомянутые особенности, наиболее типичными примерами высокотехнологичных секторов являются сектор аэрокосмического оборудования, компьютеров, телекоммуникационных устройств и технологий, программ, оптического оборудования и др. Следует, однако, подчеркнуть, что определение пределов и размеров сектора является проблемой, и проблема определения сектора высоких технологий является сложной, разнообразной и в некотором смысле открытой для новых, более точных подходов и классификаций, которые, безусловно, будут появляться в будущем. Поэтому определение предприятия как компании, работающей в секторе высоких технологий, недостаточно и требует более широкого подхода. Такие компании должны стать источником новых знаний, изобретений и инноваций. Можно предположить, что высокотехнологичная компания должна обладать функциями инновационного и основанного на знаниях предприятия.

Для большинства крупных высокотехнологичных компаний инвестиционный процесс начинается с подготовки ежегодного бюджета инвестиций, который является перечнем инвестиционных проектов, запланированных на предстоящий год. [1] Подготовка капитального бюджета не является безвозвратным и строго унифицированным процессом. Существует много моментов принятия решения относительно различных проектов, обсуждений их особенностей и возвращения обратно для повторного обсуждения. Руководители отделов ведут переговоры с руководителями предприятий и точно определяют список проектов подразделения. Может быть организован специальный анализ основных затрат или разработан прогноз развития в новых для компании областях для вложений. Даже после того, как капитальный бюджет установлен на год, он не всегда фиксируется, а скорее является руководством по инвестиционным расходам на

предстоящий год. Таким образом в течение текущего года возможно появление новых проектов, которые все еще могут быть выполнены, даже если они не находятся в бюджете инвестиционных затрат, и могут быть выделены средства для вложения в такие проекты, даже если фактические инвестиции не известны, когда бюджет установлен. Бюджет в этом случае - это дополнительный аспект, учитываемый при принятии решения об одобрении проекта или его отклонении. Капитальные вложения можно рассматривать как подчиненный бюджету инвестиций аспект. Такое бюджетирование в рамках разработки инвестиционной стратегии включает в себя как выбор долгосрочных инвестиций, так и формирование плана по их финансированию. Решение о финансировании является неотъемлемой частью инвестиционного решения. Оба оказывают влияние друг на друга.

Большинство компаний имеют формализованный инвестиционный процесс, который обычно состоит из стандартных процедур. Этот стандартный инвестиционный процесс может быть смоделирован как процедура, содержащая из пяти этапов (см. рисунок ниже), от идеи об инвестициях посредством анализа их осуществимости до мониторинга и пост-аудита проекта. Формирование инвестиционной стратегии происходит в основном на первых трех этапах, в связи с чем далее не будут обсуждаться последние два этапа.



Этапы формирования инвестиционной стратегии компаний высоких технологий

Первый шаг - генерация идей для потенциальных инвестиций. Различные инвестиционные идеи поступают с разных уровней организации; идеи инвестиций в производство и т. д. часто поступают от технического персонала, работающего рядом с производством, тогда как более «стратегические» инвестиционные идеи, такие как новые производственные линии, поступают от более высокоуровневого. Наибольшее количество инвестиционных идей, как правило, поступает от технического персонала, это может быть замена оборудования или инвестиции в улучшение производства. Большинство компаний допускают, чтобы проектные предложения выходили за рамки технических отделов для рассмотрения руководством отделов, а затем из отделов для рассмотрения старшим руководством и их персоналом по планированию. Конечно, менеджер среднего уровня не может идентифицировать все возможные проекты.

На втором этапе «Определение и скрининг проектов», указываются технико-экономические спецификации, и проект подлежит предварительному экранированию, где оценивается жизнеспособность проекта. Определение проектов происходит путем превращения идей в оперативные формулировки требований по расходам, практической реализации и формирования количественной оценки будущих выгод. Этот этап требует много информации - спецификации разработчиков, ответы от поставщиков и информацию по маркетинговой стратегии. Если проект выходит за рамки этого этапа, он выполнил предварительные требования осуществимости и желательности.

Третий шаг, «анализ и принятие», содержит более строгую оценку. Обычно инвестиции представляются в виде официального инвестиционного предложения в соответствии со стандартным форматом. В нем как правило представлена финансовая информация и сделан финансовый анализ. Затем результат анализа сравнивается с заранее определенными критериями. На этом этапе предлагаемые инвестиции часто классифицируются по типу, например. «Разработка нового программного обеспечения» или «Расходы на приобретение активов другой компании». Часто разные типы имеют разные критерии приемлемости. Стратегический бюджет также рассматривается до проекта и принимается или отклоняется. Окончательное решение относительно проекта обычно принимается на различных уровнях, в зависимости от типа инвестиций, суммы расходов или рисков проекта. Чем более дорогостоящие, стратегические или рискованные инвестиции, тем выше стоящие руководство принимает решение об одобрении или отклонении проекта. [6]

Для гарантий, что процесс инвестиций всегда следует правильным шагам и содержит правильные расчеты, инвестиционный процесс обычно описывается формально в документе «Руководство по инвестициям». «Руководство по инвестированию или руководство по составлению бюджета капиталовложений» как его чаще всего называют, описывает формальный инвестиционный процесс, и кто несет ответственность за что. Руководство содержит инструкции о том, как инвестиционный запрос и то, как инвестиционные проекты должны быть реализованы и пересмотрены. Особо крупные инвестиции иногда обрабатываются отдельно, а не в соответствии с инвестиционным руководством. Затем утверждается, что они не могут быть рассчитаны и оценены в соответствии с конкретной процедурой расчета и экономическим критерием, а должны быть оценены отдельно с учетом их условий и обстоятельств. [4]

Стратегия высокотехнологичной компании состоит из трех ключевых элементов для инвестирования: целевых клиентов, конкурентов и продуктов / процессов компании.

Большинство компаний говорят, что они ориентированы на своих клиентов; но на самом деле это не всегда так. Это достаточно легко произнести на словах, но на деле это не самая

простая вещь. Для реальной ориентации на целевых клиентов нужно проводить постоянные опросы пользователей и работать над получением обратной связи, что требует не малых вложений. Если говорить о конкурентах, то достаточно многие компании, занимающиеся разработкой технологий, сосредотачиваются внутри страны, что естественно, поскольку не все действительно следуют своим конкурентам и могут разрабатывать контрстратегии или действия. Они, как правило, просто смотрят диаграммы рыночной доли и считают, что это конкурентный анализ. Понимание сильных сторон компании является ключом к разработке правильной стратегии. Если компания не сможет использовать свои существующие активы при выходе на новую территорию, очень маловероятно, что исследование новых территорий будет успешным. Мнение о том, что компании должны идти за каждым привлекательным рынком независимо от стоимости и нормы прибыли - это большой риск, который не часто оплачивается.

Недостаточные инвестиции в исследования и разработки для развития внутренних возможностей - еще одна проблема, с которой сталкиваются высокотехнологичные фирмы, потому что сокращение расходов на НИОКР - это краткосрочная фиксация прибыли, которая будет иметь негативные последствия после нескольких лет, поскольку привлекательность портфеля продуктов снижается. Так же сокращение инвестиций на НИОКР может быть связано с успехом недавно выпущенной продукции на рынке. Однако самодовольство в сфере высоких технологий - самое опасное заболевание, над которым следует уделять особое внимание управлению высокотехнологичными компаниями. История полна компаний, которые потеряли свои доминирующие позиции на рынке: IBM для ПК, Kodak в камерах, компьютер Osborne в операционной системе, Wang в текстовом редакторе и многие другие примеры могут быть приведены для компаний, потерявших лидерство на технических рынках. При грамотной стратегии высокотехнологичные компании, которые хотят расти, должны инвестировать основную часть своих доходов в НИОКР. Те, кто этого не будет делать на регулярной основе многовероятно не смогут достигнуть значительного роста в будущей перспективе, поскольку они не будут закладывать базис для своего развития. [5]

Список литературы

1. Морозко Н.И. Управление инвестиционной привлекательностью организации / «WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS» сборник статей III Международной научно-практической конференции. - 2016.
 2. Analyzing strategies of high-tech IT companies. URL: <https://itexpertvoice.com/> (дата обращения 24.03.2019).
-

3. AGNIESZKA ZAKRZEWSKA-BIELAWSKA. High Technology Company – Concept, Nature, Characteristics. URL: https://www.researchgate.net/publication/280025066_High_Technology_Company_-_Concept_Nature_Characteristics (дата обращения 29.02.2019).
 4. Growth Strategies for High Tech Firms. URL: <https://gbr.pepperdine.edu/2010/08/growth-strategies-for-high-tech-firms/> (дата обращения 23.03.2019).
 5. Jofre, Sergio. Strategic Management: The theory and practice of strategy in (business) organizations. URL: <http://orbit.dtu.dk/files/5705108/rapport1.11.pdf> (дата обращения 07.03.2019).
 6. Johan E Eklund. Theories of Investment: A Theoretical Review with Empirical Applications. URL: http://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2013/03/WP_22.pdf (дата обращения 27.03.2019).
-