

Шацька З.Я., к.е.н., доц., Шацька М.С., бакалавр

Київський національний університет технологій та дизайну

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Анотація. В статті розглянуто особливості інноваційної діяльності підприємницьких структур в контексті процесів інтеграції та глобалізації. Дослідження проведено на основі аналізу діяльності провідних світових підприємницьких структур. Визначено основні типи інновацій, що використовуються підприємницькими структурами для активізації їх інноваційної активності.

Ключові слова: підприємницькі структури; інновації; інноваційна активність; продуктові інновації; управлінські інновації.

Shatska Z., Shatska M.

Kyiv National University of Technologies and Design

INNOVATIVE ACTIVITY OF BUSINESS STRUCTURES

Abstract. The article considers the features of innovative activity of business structures in the context of integration and globalization. The study was conducted on the basis of an analysis of the world's leading business structures. The main types of innovations used by business structures to intensify their innovation activity are identified.

Keywords: business structures; innovations; innovative activity; product innovations; managerial innovations.

Вступ. Сучасні процеси інтеграції та глобалізації світового простору, посилення коопераційних зв'язків між державами, перехід економіки до сьомого технологічного укладу, змінюють сучасну парадигму світового економічного розвитку та спричиняють формування світової мережевої економіки, в якій провідну роль грають підприємницькі структури, що створюються в процесі об'єднання різних суб'єктів господарювання. Разом з тим, ведення господарської діяльності в сучасних умовах вимагає від підприємств підвищення ефективності та конкурентоспроможності діяльності, фінансової стійкості та платоспроможності, мінімізації витрат, зменшення негативного впливу загроз та ризиків, що можливе лише за умови своєчасної адаптації підприємств до динамічного впливу глобалізованого простору. За таких умов процес успішного функціонування та розвитку підприємств постійно ускладнюється і потребує запровадження сучасних методів організації виробництва та використання нових інноваційних підходів до управління. Дуже часто на розробку та впровадження інновацій підприємству не вистачає власних ресурсів та/або потенціалу, що призводить до необхідності укрупнення і об'єднання підприємств та утворення нової більш прогресивної форми у вигляді підприємницької структури.

На даний час вирішенням окремих проблем інтеграції підприємств присвячені праці провідних українських та зарубіжних вчених і фахівців. Так, дослідженням проблем формування та розвитку підприємницьких структур присвячено праці провідних вітчизняних дослідників, а саме: О.В. Білега, Р.В. Кочубей, Т.А. Корсун, О.В. Горбачевська, М.В. Одрехівський та багато інших. Однак, теорія формування та розвитку підприємницьких структур є не сформованою, відсутня чітка методологія інтеграції підприємств з формуванням підприємницьких структур, дослідження їх інноваційної активності.

Сучасний етап глобалізації світової економіки, наростання кризових явищ в економіці України, посилені впливом пандемії COVID-19, загострення конкуренції між товаровиробниками змушують підприємства адаптуватись до цих процесів, шукаючи нові шляхи для підвищення стабільності функціонування та подальшого розвитку. Без

розробки та впровадження інновацій, прискорення інноваційних процесів на підприємстві досягти цієї задачі в сучасних умовах практично неможливо. Саме тому, інноваційна діяльність стає потужним каталізатором та надійною гарантією розвитку високоєфективного бізнесу [8].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз інноваційної діяльності підприємницьких структур на прикладі провідних закордонних підприємницьких структур.

Результати досліджень. Підприємницька структура – це цілісна складна відкрита інтегрована система, що функціонує у динамічному глобалізованому середовищі на основі поєднання матеріальних і нематеріальних інтересів підприємств-учасників з метою прискорення спільного розвитку за рахунок пришвидшення процесів комерціалізації спільної інноваційної діяльності [10, с.111–124]. Формування підприємницької структури відбувається в процесі інтеграції декількох суб'єктів господарювання (як правило підприємств) та/або за потреби фрілансерів або постачальників залежно від мети їх об'єднання, завдань, напряму та форми інтеграції. Підприємства, фрілансери та постачальники є структуроутворюючими суб'єктами, які в процесі інтеграції можуть об'єднатися у підприємницьку структуру. Однак, далеко не кожне підприємство що прагне інтегруватися, як зазначає в своїх дослідженнях Т.А. Корсун, може називатися підприємницькою структурою, тому що «сутність підприємницької структури полягає в тому, що на ново створеному або діючому підприємстві, здатному випускати певну продукцію (роботи або послуги), повинні створюються умови для висунення новаторських підприємницьких ідей» [3].

Підприємницькі структури, як суб'єкти підприємництва, є різноманітними. Вони, як і класичне підприємство, є ключовою ланкою розвитку національної та світової економіки, виконуючи певні функції, в основі яких закладено не лише економічні групи функцій, але й соціальні та інтеграційні. Інноваційна функція сприяє застосуванню інноваційних методів управління підприємницькою структурою, що дає поштовх до впровадження нових методів виробництва продукції, переходу до високотехнологічного виробництва інноваційної продукції, що задовольняє зростаючий споживчий попит.

Аналіз сучасної економічної літератури та практичної діяльності доводить, що «підприємницькі структури можуть досягти підвищення ефективності діяльності лише за умов систематичного і цілеспрямованого новаторства, яке полягає у створенні продукту інтелектуальної праці (новації), як оформленого результату фундаментальних, прикладних або експериментальних досліджень. В результаті реалізації новація стає інновацією» [2]. Найбільш інноваційно активні закордонні підприємницькі структури у формі транснаціональних корпорацій сконцентровані в таких секторах глобальної економіки, як виробництво інформаційно-телекомунікаційного устаткування, фармацевтиці, біотехнологіях, автомобільній промисловості.

Сучасні інноваційні підприємницькі структури використовують всі п'ять основних типів інновацій, класифікованих Й. Шумпетером. Необхідність стабільно функціонувати та розвиватися в умовах загострення конкуренції динамічного ринкового середовища, змушує підприємницькі структури постійно впроваджувати продуктивні інновації. Наприклад, американська підприємницька структура у формі корпорації «Apple» – виробник персональної комп'ютерної техніки та програмного забезпечення. Корпорація була заснована Стівом Джобсом, Стівом Возняком та Рональдом Вейном 1 квітня 1976 року. Головний офіс компанії знаходиться у місті Купертіно, штат Каліфорнія. Хоча «Apple» прийнято вважати виробником саме комп'ютерної техніки, але асортимент інноваційної продукції компанії дуже широкий – від якісного, серверного обладнання для виробництв, до персональних пристроїв, таких як, розумні годинники.

Найбільш вдалим інноваційним продуктом корпорації «Apple» є серія смартфонів під торговою маркою «iPhone». «Перший смартфон був презентований у 2007 році, під керуванням власної операційної системи «iPhone OS». Розробка виявилася вдалою, та завоювала велику частину американського ринку. Тому, вже у 2008 році, була представлена оновлена модель «iPhone 3G», позбавлена багатьох недоліків попередника, та за більш доступною ціною. З 2010 року, разом з анонсом «iPhone 4», фірмова операційна система отримала нову назву «iOS», а телефон зазнав кардинальних змін, зокрема у формі та дизайні корпусу». На сьогоднішній день споживачі з нетерпінням очікують вихід «iPhone 7», смартфон вважається найсучаснішим, технологічно доскональним, та бажаним девайсом у всьому світі [6].

Здійснення радикальних продуктових інновацій не можливе без впровадження унікального обладнання або технології виробництва і потребує значних обсягів фінансових ресурсів підприємницьких структур. Для цього, наприклад, всесвітньо відома підприємницька структура у формі корпорації «McDonald's», періодично впроваджує інкрементальні продуктові інновації, оновлюючи страви, що входять до «Макменю». Корпорація є світовим лідером у галузі швидкого обслуговування і налічує понад 35 000 закладів у більш ніж 120 країнах світу, які щодня обслуговують близько 70 мільйонів відвідувачів [5]. Вплив пандемії COVID-19 змусив «McDonald's» впровадити нову інновацію для клієнтів – можливість здійснювати покупки без участі касира через спеціальний термінал самообслуговування. Закордоном через аналогічні термінали оформляється до 85% замовлень закладу [9]. Тепер покупки за допомогою спеціалізованих терміналів самообслуговування можуть самостійно вибрати меню та сплатити покупку банківською картою. Термінал пропонує інтерактивний доступ до меню, вибір типу замовлення (з собою або на місці), типу оплати (крім безготівкового розрахунку через сам термінал, замовлення можна також оплатити готівкою при його отриманні), та передає інформацію про замовлення співробітникам «McDonald's», які відразу ж починають його комплектацію. Отримання замовлення відбувається в спеціально обладнаній зоні видачі. Таким чином, зменшується черга покупців до каси та прискорюється збір та видача замовлення.

Інноваційна активність підприємницьких структур не можлива без використання поліпшуваних інновацій. Під поліпшуваними інноваціями розуміють «рішення, що представляють собою істотні зміни або удосконалення базисних нововведень. Тобто вони пов'язані з покращенням існуючих продуктів або з введенням нових чи вдосконалених методів організації виробництва» [4]. Всі провідні закордонні підприємницькі структури, такі як «Apple», «Samsung», «Nokia», «Nestlé» та багато інших, впроваджують раціоналізаторські пропозиції, вдосконалюють традиційні продукти, технології, методи управління за рахунок створення в їх структурі спеціальних підрозділів – науково-дослідних або комерційно дослідницьких лабораторій. Найбільш потужні підприємницькі структури можуть створювати навіть мережу комерційних дослідницьких лабораторій по всьому світі. До них відносяться:

1. Локально-інтегрована комерційно дослідницька лабораторія. Такий підрозділ створюється в структурі материнської компанії і розташований, як правило, в країні базування головного офісу підприємницької структури з метою розробки інноваційної продукції або технології відповідно до вимог внутрішнього ринку. Він є ізольованим від зовнішнього оточення для забезпечення безпеки інноваційних розробок та протидії промислому шпигунству. Так, наприклад, створення всесвітньо відомого мобільного телефону марки «iPhone» є результатом ефективної роботи науково-дослідної лабораторії корпорації «Apple».

2. Комерційно дослідницька лабораторія підтримки. Для подальшого науково-технічного супроводу та комерціалізації інноваційної продукції або технології підприємницькі структури можуть створювати закордонні комерційні дослідницькі лабораторії в країнах, де розміщено їх філії. Такі дочірні структури є відкритими до зовнішнього оточення, полегшують процес виходу нових технологій на ринок, їх адаптації до специфічних умов виробництва в кожній країні базування філії підприємницької структури.

В інноваційній діяльності підприємницьких структур не менш важливе місце займають також управлінські інновації. На думку більшості науковців управлінські інновації – це «способи удосконалення стилю і методів прийняття рішень, організаційної структури, використання нових засобів обробки інформації, тощо. Підставою для впровадження управлінських інновацій є зміна завдань, які розв'язує підприємство, що викликано об'єктивними причинами, які відбуваються в зовнішньому середовищі» [7, с. 629]. Со-брендинг, як управлінська інновація, найбільш широко використовується підприємницькими структурами. Со-брендинг є сучасною ефективною формою стратегічного співробітництва існуючих відомих брендів, «які об'єднуються для створення спільного продукту або послуги з більш високою доданою вартістю» [11] або створюють підприємницьку структуру. Всі великі підприємницькі структури мають власний со-бренд. Прикладом ефективного со-брендингу є партнерство двох всесвітньо відомих підприємницьких структур «BMW» та «Louis Vuitton». В рамках партнерства BMW створила модель спортивного автомобіля під назвою BMW i8, в той час як «Louis Vuitton» розробив ексклюзивну колекцію валіз і сумок [1]. При чому валізи та сумки були виготовлені з того ж самого матеріалу, що й сидіння в автомобілі та повторювали дизайн самого автомобіля, створюючи разом довершену колекцію для мандрівника.

Висновки. Ускладнення функціонування сучасних підприємств в умовах глобалізації призводить до необхідності підвищення їх інноваційної активності. Однак, здійснення такої діяльності потребує інвестування підприємством значних обсягів власних фінансових та інших ресурсів. Ресурсообмеженість спонукає підприємства до інтеграції та створення більш потужних суб'єктів, якими на сьогоднішній день є підприємницькі структури. Підприємницькі структури, інтегруючи потенціали підприємств, що входять до їх складу, отримують більші можливості для підвищення інноваційної активності. Для цього вони використовують всі можливі типи інновацій. Найбільш розповсюдженими серед яких є продуктові, поліпшуючі та управлінські інновації. З метою розробки та комерціалізації інновацій підприємницькі структури створюють в своєму складі особливі підрозділи – комерційно-дослідницькі лабораторії. Таким чином, підприємницькі структури, як розробники і комерціалізатори наукових досліджень, стають провідною ланкою розвитку високотехнологічних секторів глобальної економіки, рушійною силою науково-технічного прогресу. Щорічно 500 самих інноваційно-активних підприємницьких структур у формі транснаціональних компаній світу обираються до рейтингу «Fortune Global», який публікує американський журнал «Forbes». Лідируючі місця в рейтингу з року в рік займають такі транснаціональні корпорації, як Wal-Mart Stores Inc. (США), Royal Dutch Shell (Нідерланді), Exxon Mobile Corp. (США), а їх інноваційні продукти та технології сприяють розвитку світових галузей економіки.

Подальших наукових досліджень в даному напрямі потребують питання формування механізму підвищення інноваційної активності підприємницьких структур та показників оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємницьких структур.

Список використаної літератури

1. Девять примеров успешных кобрендинговых программ. *NGM*. URL: <https://ngmsys.com/blog/9-best-co-branding-programs>.

2. Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції: монографія. За ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка, к.е.н., доц. О. А. Біловодської. Суми: ТОВ "Триторія", 2018. 382 с.
3. Корсун Т. А. Развитие предпринимательских структур в условиях изменяющейся конкурентной среды : автореферат дис. на получение науч. степени к-та экон. наук: 08.00.01. Улан-Удэ, 2010. 26 с. URL: <http://economy-lib.com/razvitie-predprinimatelskih-struktur-v-usloviyah-izmenyayusheysya-konkurentnoy-sredy>.
4. Лапін О. В., Марчук Н. О. Визначення можливих напрямків інноваційного розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3647>.
5. Макдональдс в Україні. URL: https://www.mcdonalds.ua/ua/Know/about_mcdonalds/mcdonalds_in_ukraine.html.
6. Про Apple та Macintosh. MAC Україна. URL: <https://mac.org.ua/about-mac/>
7. Прокопишин Л. П. Управлінські інновації та особливості їх використання на машинобудівних підприємствах в сучасних умовах. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2008. № 628. С. 628–633.
8. Сусіденко Ю., Сігаш Т. Інноваційний розвиток підприємств: європейський досвід. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2016. № 3. С. 23–33. URL: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3\(86\)/4.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2016/3(86)/4.pdf).
9. Термінали самообслуговування в McDonald's: світові технології з українською специфікою. SystemGroup. URL: <https://systemgroup.com.ua/uk/terminaly-samoobslugovuvannya-v-mcdonalds-svitovi-tehnologiyi-z-ukrayinskoju-specyfikoju>.
10. Шацька З. Я. Вплив інтеграційних чинників макросередовища в контексті формування підприємницьких структур. *Підприємництво та інновації*. 2020. Вип. 13. С. 67–74. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/issue/view/31/70>.
11. Trendsetter barometer. Business outlook. PwC's Barometer Surveys. URL: <http://www.barometersurveys.com/store/docs/Trendsetter%20Barometer%20Q%202014%20-%20FINAL.pdf>.