

пояснюють, як можна визначити ці бажані напрямки та правильний вплив, а отже, чи можна вважати інновацію відповідальною. Це нормативний підхід та процедурний підхід.

Нормативний підхід базується на (заздалегідь визначених) предметних цінностях, які слід закласти в результати інновацій та їх наслідки, щоб потім назвати їх відповідальними. Отже, він фокусується на результатах інноваційного процесу, а не на самому процесі. Процедурний підхід зосереджується насамперед на процесі інновацій; він ґрунтується на процедурних міркуваннях, де процес відповідальної інновації повинен дотримуватися певних умов або вимірів. Основна увага приділяється дорадчим формам залучення зацікавлених сторін, які включаються на ранній стадії для встановлення цінностей, на які повинні спиратися результати інновацій та їх наслідки. Іншими словами, він не проголошує заздалегідь визначеного нормативного погляду на результат інновації, а також на його наслідки, але переважно фокусується на "вимірі процесу" відповідальної інновації.

Однак ці різні підходи не є взаємовиключними, і їх можна знайти в рамках концептуалізації відповідальних інновацій.

Інновації неявно мають тенденцію набування основних факторів розвитку конкурентоспроможності. Підприємства повинні постійно прагнути до швидкого створення нових конкурентних товарів і послуг, що формують цінність для споживачів. Корпоративна соціальна відповідальність - це етична основа, яка при правильному використанні дозволяє компаніям розробляти інноваційні способи створення цінності та нові види діяльності, що можуть бути більш ефективними у використанні ресурсів і принесуть користь компанії в довгостроковій перспективі.

Література

1. The Role of CSR on Social Entrepreneurship: An International Analysis. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUK Ewia0t3Hzc7vAhUJ3BoKHfh6AyQQFjABegQIFxAD&url=https%3A%2F%2Fwww.mdpi.com%2F2071-1050%2F12%2F17%2F6976%2Fpdf&usq=AOvVaw0TsTyLsMvrWGX7M_UXqKue
2. Responsible innovation by social entrepreneurs: an exploratory study of values integration in innovations. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23299460.2019.1572374>
3. Corporate Social Responsibility (CSR) and Innovation The drivers of business growth? URL: https://www.researchgate.net/publication/257718865_Corporate_Social_Responsibility_CSR_and_Innovation-The_Drivers_of_Business_Growth

УДК 005.7 (477)

Лариса Лігоненко

*професор, д. е. н. кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
larisa.ligonenko@gmail.com*

Влада Мислюк

*аспірантка кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
v.mysliuk@kneu.edu.ua*

КАРТА ДОСЛІДЖЕННЯ З ДІАГНОСТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ КОРПОРАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНСЬКИХ БІЗНЕС- ОРГАНІЗАЦІЯХ ТА ЙОГО ПОПЕРЕДНІ РЕЗУЛЬТАТИ

RESEARCH MAP ON DIAGNOSTICS OF ORGANIZATIONAL DESIGN OF CORPORATE ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINIAN BUSINESS ORGANIZATIONS AND PRELIMINARY RESULTS

КАРТА ИССЛЕДОВАНИЯ ДИАГНОСТИКИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ДИЗАЙНА КОРПОРАТИВНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНСКИХ БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ И ЕГО ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Анотація. Представлено карту дослідження, спрямованого на оцінювання поширеності та розвитку корпоративного підприємництва в бізнес-організаціях України, а також вивчення його організаційного дизайну. Здійснено попередній аналіз результатів дослідження.

Abstract. The research map aimed at identification of prevalence and development of corporate entrepreneurship in the business organizations of Ukraine is presented. A preliminary analysis of the results was performed.

Аннотация. Представлена карта исследования, направленного на оценку распространенности и развития корпоративного предпринимательства в бизнес-организациях Украины, а также изучение его организационного дизайна. Осуществлен предварительный анализ результатов исследования.

Корпоративне підприємництво спрямоване на створення внутрішнього підприємницького духу, філософії та структури, які допоможуть генерувати бізнес-організаціям більш високу, ніж зазвичай кількість інновацій. Корпоративне підприємництво може включати в себе використання креативних відділів та нових венчурних команд, але воно також спрямоване на вивільнення творчої енергії усіх працівників бізнес-організації. Менеджери можуть створювати системи та структури, які заохочують підприємництво. Важливим аспектом стимулювання творчого пошуку працівників є матеріальне заохочення, можливість використовувати знання, досвід, лабораторії, обладнання компанії для розвитку власних ідей, можливість інвестування компанією значних коштів у стартапи та можливість витратити певну частину робочого часу на розробку власних ідей [1, с. 505]. Аналіз форм та способів реалізації корпоративного підприємництва вказує на те, що існують численні їх варіації: створення нових видів бізнес-діяльності в рамках існуючої організації, оновлення існуючої організації, зміна організацією правил конкуренції у галузі [2]. Це актуалізує необхідність вивчення практики вітчизняних організацій щодо імплементації підприємницького управління та формування підприємницької орієнтації організацій.

Одним із завдань у царині досліджень феномену корпоративного підприємництва є оцінювання поширеності та розвитку корпоративного підприємництва в бізнес-організаціях України, а також дослідження особливостей його організаційного дизайну. Дана публікація присвячена розгляду визначеної вище проблематики.

Для вирішення поставленого завдання було розроблено карту дослідження (таблиця 1), спроектовано опитувальник та проведено анкетування організацій. Загалом опитувальник містить 43 запитання, розподілені на блоки відповідно до елементів організаційного дизайну корпоративного підприємництва.

В опитуванні взяло участь 86 респондентів, з них: акціонерні товариства складають 20,9%; товариства з обмеженою відповідальністю — 68,6%; приватні підприємства — 3,5%; інші організаційно-правові форми — 5,8%; органи державної влади — 1,2%.

Попередні результати опитування вказують на те, що переважна більшість респондентів, тобто 77,9% вважають, що впровадження інструментів корпоративного підприємництва має вагомим значення, оскільки сприяє формуванню типу працівників, які характеризуються високим ступенем автономності та відповідальності; організація команд внутрішніх інноваторів забезпечує якісний постійний процес інновацій на підприємстві, а також створює умови для швидкого тестування інноваційних ідей та максимально короткого строку виводу новітніх на ринок або впровадження у практику функціонування підприємства. Відповідно 22,1% респондентів вважають, що корпоративне підприємництво не має значення для роботи їх організацій або не змогли визначитися з точною відповіддю.

Більше половини респондентів, тобто 58,1%, вказують на те, що в їх організаціях заохочується, коли працівники пропонують та створюють нові види послуг для клієнтів, а також, що поступово відбувається перебудова внутрішніх процесів для залучення працівників до розробки інноваційних рішень та продуктів. 38,4 % респондентів висловлюють думку, що їх організації не готові до впровадження корпоративного підприємництва через такі причини,

як: 1) керівництво не готове розширити коло повноважень працівників, надати їм більше автономії та незалежності у прийнятті рішень, оскільки усі фінансові та репутаційні ризики приймає на себе організація; 2) керівництво характеризується консервативністю та неготовністю приймати додаткові ризики 3) організація не має надлишку ресурсів. Відповідно 3,5% респондентів не змогли визначитися з відповіддю.

Таблиця 1

Карта дослідження «Розвиток корпоративного підприємництва та його організаційний дизайн»

Суб'єкти/ Об'єкти	Усі респонденти
I. Корпоративне підприємництво: сутність, значення та передумови.	
1. Розуміння сутності та значення феномену корпоративного підприємництва	Сприйняття респондентами значення розвитку та готовності їх організацій до впровадження корпоративного підприємництва.
2. Оцінка клімату корпоративного підприємництва	Оцінка внутрішнього середовища організації: ставлення до інновацій, параметри організаційної культури.
3. Кадровий потенціал	Визначення рівня підприємливості працівників.
II. Розробка та впровадження програми з розвитку внутрішнього підприємництва. Блоки організаційного дизайну корпоративного підприємництва.	
1. Загальні характеристики програми внутрішнього підприємництва	Результати впровадження програм з розвитку внутрішнього підприємництва. Ступінь залучення працівників та середня тривалість програми внутрішнього підприємництва.
2. Організаційне оформлення програми внутрішнього підприємництва	Структурне оформлення програми внутрішнього підприємництва. Працівники, відповідальні за розробку та впровадження програми внутрішнього підприємництва, їх повноваження. Оцінка взаємодії внутрішніх інноваційних проектів та операційних підрозділів.
3. Партнери та фінансування програми внутрішнього підприємництва	Партнери та способи фінансування програми внутрішнього підприємництва.
4. Правове забезпечення програми внутрішнього підприємництва	Стан правового забезпечення програми внутрішнього підприємництва.
5. Результати впровадження програми внутрішнього підприємництва	Результати впровадження програми внутрішнього підприємництва: кількість запропонованих ідей; кількість впроваджених рішень.
6. Стимулювання та винагорода внутрішньої підприємницької поведінки	Вплив поточної системи стимулювання та винагороди працівників на прояв підприємницької поведінки.
7. Модель розподілу інформації	Організаційний механізм надання інформації стосовно наявних підприємницьких ідей працівників та доведення до відома працівників внутрішні запити на інновації.
8. Організаційні форми корпоративного підприємництва	Організаційні форми, імплементовані у практику функціонування бізнес-організацій для розвитку корпоративного підприємництва.
III. Загальна інформація про респондента	
1. Загальна інформація про підприємство та особу, яка заповнює опитувальник	Загальна характеристика підприємства: назва, рік заснування, організаційно-правова форма, вид економічної діяльності, розмір та ін.

При цьому на питання, чи реалізовувала Ваша організація програми з розвитку внутрішнього підприємництва для працівників упродовж останніх трьох років, лише 24,4% респондентів дали позитивну відповідь, а 75,6% зазначили, що подібні програми ніколи не впроваджувалися в їх організаціях. На запитання стосовно створення спеціальних організаційних одиниць для підтримки внутрішніх підприємницьких ініціатив 15,1% респондентів відповіли, що у їх організації функціонує корпоративний венчурний фонд; 16,3% — корпоративний інкубатор; 16,3% — корпоративний акселератор; 10,5% — центр підтримки інтрапренерства; 12,8% — венчурні науково-дослідні підрозділи; 27,9% — венчурні команди; 12,8% — «своєжки»; 19,8% — інноваційні центри; 23,3% — дослідницькі лабораторії; 8,1% — сканкворкс; 7% — спінофф- та спінаут-компанії.

Отже, попередні результати дослідження виявили, що сприйняття та готовність українських організацій до застосування практик підприємницького управління та формування підприємницької орієнтації організацій загалом є позитивними. Впровадження структур, систем та процедур, спрямованих на розвиток корпоративного підприємництва, тобто формування його цілісного організаційного дизайну не можна вважати активним та достатнім. Подальші дослідження будуть спрямовані на глибше вивчення поширеності та розвитку корпоративного підприємництва в українських організаціях, а також на розробку рекомендацій з проектування ефективного організаційного дизайну, який забезпечить активізацію внутрішньо корпоративного підприємництва та генерування додаткової цінності через стимулювання внутрішніх інновацій.

Література

1. Дафт Р., Мерфи Дж., Уилмотт Х. Организационная теория и дизайн. Санкт-Петербург : Питер, 2013. 640 с.
2. Pinchot G., Pinchot E. The end of bureaucracy and the rise of the intelligent organization. San Francisco : Berrett-Koehler Publishers, 1993. 399 p.

УДК 331.1

Олександр Глеб

*аспірант кафедри бізнес економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім.Вадима Гетьмана»,
oleksandr.hlieb@kneu.edu.ua*

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ У ІТ-ГАЛУЗІ

INNOVATIVE APPROACH TO RECRUITMENT IN THE IT INDUSTRY

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В ИТ-ОТРАСЛИ

Анотація. Досліджена теоретична база інноваційних підходів у підборі персоналу та проблематика сьогоденного становища людських ресурсів у ІТ-галузі.

Annotation. The theoretical basis of innovative approaches to staff selection and the current situation of human resources in the IT sector.

Аннотация. Исследована теоретическая база инновационных подходов в подборе персонала и проблематика сегодняшнего положения человеческих ресурсов в ИТ-отрасли.

В сучасних умовах людський капітал відіграє ключову роль на підприємствах усіх галузей тому гостро постає питання підбору, контролю, мотивації і розвитку власного персоналу. Людський капітал, як основний двигун ІТ компаній так, як саме люди створюють додаткову вартість потребує впровадження інноваційних рішень у відділі HR, як на початковому етапі підбору і формування команд розробників, так і на просуванні власних талантів по кар'єрним щаблям компанії у відповідності з потребами та наявними характеристиками і здібностями окремо взятого працівника. В подальшому перед кожним