

4. Украинские стартап-инкубаторы: что предоставляют и что хотят взамен? / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ain.ua/2013/01/29/109509>

УДК: 330.1:330.8

e-mail: petrenko-78@mail.ru

Павленко Ірина Анатоліївна,
д.е.н., професор,

Pavlenko I. A.,
Doctor of Science (Econ.),
Professor,

Лаврененко Валентина Віталіївна,
к.е.н., доцент,

Lavrenenko V. V.,
Ph.D. (Econ.), Associate
Professor,

Петренко Людмила Анатоліївна,
к.е.н., доцент,
Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана,
Україна

Petrenko L. A.,
Ph.D. (Econ.),
Associate Professor, Kyiv
National Economic University
named after Vadym Hetman,
Ukraine

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ФЕНОМЕНА

INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP: APPROACHES TO THE STUDY OF PHENOMENON

Анотація: Аналізується сутність категорії «підприємництво» і доводиться, що підприємницькою є діяльність, пов'язана саме з впровадженням інновацій. Авторську аргументацію спрямовано на послідовне доведення гіпотези: неінноваційного підприємництва не існує, оскільки підприємництво завжди пов'язане зі створенням принаймні одного типу інновацій.

Ключові слова: інновації, підприємець, стартап, інтрапренерство, життєвий цикл організації.

Summary: In the article analyzes the essence of the category of «business» and argues that business is an activity connected with innovation. The author's argument is aimed at bringing a consistent hypothesis: there are no business without innovations, because business is always associated with the creation of at least one type of innovation.

Key words: innovation, entrepreneur, startup, intrapreneuring, corporate lifecycle.

На сьогодні здобуває все більшого поширення категорія «інноваційне підприємництво», викликаючи закономірне запитання: «А чи може бути підприємництво — не інноваційним?» Адже, згідно з визначенням, даним Йозефом Шумпетером [10] ще у 1934 році, підприємництво є процесом створення інновацій. Класичне розуміння інновацій не обмежує їх новими товарами та по-

слугами — Шумпетер запропонував розрізняти п'ять типів інновацій: введення нового продукту, запровадження нового методу виробництва (технології), створення нового ринку, освоєння нового джерела постачання сировини (ресурсів), впровадження нових способів (структури) управління.

Зважаючи на сказане, *метою нашого дослідження* є визначення сутності категорії «інноваційне підприємництво». Використовуючи наведену класичну класифікацію інновацій як методичний базис дослідження, можемо сформулювати робочу гіпотезу: неінноваційного підприємництва не існує; підприємництво завжди пов'язане зі створенням принаймні одного типу інновацій.

Почнемо з того, що класичним втіленням підприємництва — таким, що побудоване на одночасній реалізації різних видів інновацій із наведеного переліку Шумпетера, — є створений «з нуля» інноваційний стартап. Прикладами стартапів, які швидко стали сучасними підприємницькими легендами є Microsoft, Amazon.com, McDonalds, Compaq Computer, Sun Microsystems. На сьогодні класичне втілення підприємництва — стартап — є синонімом інноваційного бізнесу, а публікації з даної проблематики являють собою осмислення практики, науковий аналіз та узагальнення результатів впровадження нових продуктів та технологій, створення нових комбінацій ресурсів, відкриття нових ринків і винайдення нових бізнес-моделей. Звідси в синонімічний ряд з терміном «підприємництво» в зарубіжній літературі стає означення «новий», тобто «інноваційний».

Підприємництво, на думку російського дослідника Г. В. Широкової [9], являє собою процес створення цінності шляхом формування унікального набору ресурсів через реалізацію можливостей, що відкриваються. На ціннісноутворюючу функцію підприємства звертає увагу і Д. Тіммонс [5]. Яскравою ілюстрацією використання спільного наукового поля теорій підприємництва та інновацій для управління ланцюжком створення цінності стало дослідження «відкритих інновацій» Г. Чесбро [2]: аналіз перспективності інноваційних бізнес-моделей, заснованих на використанні революційно нового механізму взаємодії стейкхолдерів — учасників інноваційного процесу. Звертаючись до категоріального апарату Г. Чесбро, можна говорити, що підприємництво в форматі «відкритих інновацій» змістовно відповідає впровадженню щонайменше двох типів інновацій — за класифікацією Шумпетера — нових способів (структур) управління та нових продуктів.

Підприємництво не обмежується малими формами бізнесу — великі компанії з акцентом на підприємницьку діяльність також

можуть бути проактивними та інноваційними. Прикладом такої компанії є Apple Inc., лідер якої Стив Джобс вважається засновником підприємницької культури всередині фірми. Підприємницька поведінка у великій не новоствореній компанії отримала назву «внутрішньофірмове підприємництво» (інтрапренерство) і вперше була досліджена Г. Піншо [4] у 1980 році. За його словами, внутрішній підприємець створює всередині бюрократичної структури вже існуючого бізнесу «вогнище» креативності та свободи. Щонайпершим наслідком впровадження внутрішньофірмового підприємництва була поява венчурів — виокремлення структурних підрозділів або створення самостійних бізнесів, які забезпечували реалізацію інноваційних проєктів. Таким чином, у західній літературі внутрішньофірмове підприємництво стало синонімом інноваційної поведінки великих компаній, у відповідності з шумпетеріанською класифікацією інновацій — введення нових продуктів і нових організаційних структур управління.

І. Адизес [1], автор відомих праць з теорії життєвого циклу організації (ЖЦО), у 2007 році запропонував концепцію управлінських орієнтацій, які домінують на різних етапах ЖЦО. Він доводить, що підприємницька орієнтація менеджменту, яка забезпечує компанії швидку адаптацію до змін та інноваційну поведінку, є не тільки умовою успішного «народження» бізнесу і захистом від «передчасної смерті в дитинстві», але і сприяє продовженню періоду стабільного «розквіту» та уникненню спадної траєкторії циклу саме за рахунок різного роду інновацій. Заслугує на особливу увагу той факт, що ЖЦО крізь призму підприємницької орієнтації менеджменту являє собою почергове домінування інновацій різних видів. Підсумовуючи сказане, необхідно підкреслити, що підприємництво згідно з концепцією ЖЦО є інноваційним апріорі, але на різних етапах ЖЦО воно ґрунтується на різних, у відповідності з класифікацією Шумпетера, видах інновацій, вибір і комбінація яких обумовлюється задачею забезпечення максимальної ефективності компанії в кожен момент часу.

Сучасною методологічною основою підприємництва як механізму саморегулювання економіки є теорія транзакційних витрат. Підприємець є ключовою особою, яка повсякчас аналізує і знаходить нові кращі способи організації взаємодії учасників ринку. В працях інституціоналістів (зокрема Р. Г. Коуза [8], Д. Норта [3] та О. Уільямсона [6]) розкривається механізм вибору між контрактними відносинами та організацією фірми з метою економії транзакційних витрат. З позицій цієї теорії пояснюються сучасні економічні тренди: утворення надвеликих транснаціональних корпо-

рацій, аутсорсинг бізнес-процесів підприємств, поява фрілансерів та розвиток мережових віртуальних компаній тощо. Таким чином, роль підприємця, в рамках теорії транзакційних витрат, відповідає пошуку і впровадженню нових способів (структури) управління, у відповідності з класифікацією Й. Шumpетера.

Висновки. Тільки усвідомлення тотожності підприємництва і інновацій, визначеної Йозефом Шumpетером ще на початку XX століття і стверджуваної новітньою теорією та практикою, розуміння їх як єдиної системи інноваційного розвитку економіки на рівні кожного окремого суб'єкта господарювання, суспільства та державного управління, здатне створити умови для прискореного економічного зростання України на інноваційній основі.

Література

1. *Adizes I. K.* Managing Corporate Lifecycles / Ichak Kalderon Adizes Prentice Hall Press; Revised edition, 1999. — 460 p.
2. *Chesbrough H. W.* Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from Technology / Henry William Chesbrough. — Harvard Business Review Press; First Trade Paper Edition edition, 2003. — 272 p.
3. *North D. C.* Institutions / Douglass C. North // The Journal of Economic Perspectives, 1991. — Vol. 5, No. 1. — Pp. 97—112. [Electronic resource]: <http://www.econ.uchile.cl/uploads/documento/94ced618aa1aa4d59bf48a17b1c7f605cc9ace73.pdf>
4. *Pinchot G.* Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur. / G. Pinchot — New York: Harper & Row, 1985.— 368 p.
5. *Timmons J. A.* New venture creation: entrepreneurship for the 21st century / Jeffry A. Timmons, Stephen Spinelli. — McGraw-Hill/Irwin, 2004. — 700 p.
6. *Williamson, O. E.* The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead / Oliver E. Williamson // Journal of Economic Literature. — 2000. — Vol. XXXVIII, September. — Pp. 595—613 [Electronic resource]: <http://se.xmu.edu.cn/oldversion/admin/manage/File/87/2577/1110.pdf>
7. *Кондратьев Н.* Большие циклы экономической конъюнктуры / Н. Кондратьев. — М.: Экономика, 1989. — 523 с.
8. *Коуз Р.* Фирма, рынок и право / пер. с англ. Б. Пинскера. — М.: Дело ЛТД, 1993. — 192 с.
9. *Широкова Г. В.* Внутрифирменное предпринимательство: подходы к исследованию феномена / Г. В. Широкова, В. А. Сарычев, Е. Ю. Благоев, А. В. Куликов // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2009. — Сер.8. — Вып. 1. — С. 3—32.
10. *Шumpетер Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. / Йозеф Шumpетер. — М.: Эксмо, 2007. — 864 с.