

### Список використаних джерел

1. *Захарова О.В.* Закономірності управління знаннями на рівні підприємства як інструмент досягнення країною стану економіки знань / О.В. Захарова // 36. наук. праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Вип. 43. Част. II. – Черкаси: ЧДТУ, 2016. – С. 29–36.
2. *Захарова О.В.* Зміна підходів вищої школи до підготовки фахівців як виклик нової економіки / О.В. Захарова // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 36. наук. пр. – К.: ДВНЗ «Київський національний економічний ун-т ім. В. Гетьмана», 2017. – №2 (14). – С. 131–142.
3. *Гришнова О.А.* Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки: моногр. / О.А. Гришнова. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. – 254 с.
4. *Тарасова О.В.* Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О.В. Тарасова, С.С. Марінова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – №3(19). – С. 28–32.



**Прохорова Єлена Вікторівна,**

к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств ДВНЗ «КНЕУ  
імені Вадима Гетьмана»,  
yeliena.prokhorova@kneu.ua

### ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Прохорова Елена**  
**ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО**  
**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РЕЗУЛЬТАТЫ**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Prokhorova Yeliena**  
**INFLUENCE OF CORPORATE**  
**ENTREPRENEURSHIP ON THE**  
**RESULTS OF BUSINESS ACTIVITY**

Узагальнення результатів 43 незалежних досліджень, які охоплювали 13 237 компаній, щодо впливу корпоративного підприємництва на результати діяльності підприємств дозволило виявити сильний зв'язок між корпоративним підприємництвом та результатами діяльності [1]. У цих дослідженнях до корпоративного підприємництва відносять формальну та неформальну діяльність щодо відкриття та реалізації нових бізнес-можливостей за допомогою стратегічного оновлення, інновацій і корпоративних венчурів. Якщо з 1990-х корпоративне підприємництво розглядалось як засіб оживлення діяльності великих міжнародних корпорацій, то в публікації 2013 року доводиться, що корпоративне підприємництво є ефективним інструментом оновлення діяльності підприємств малого та середнього розмірів.

Було виявлено, що інновації найсильніше впливають на продуктивність у високотехнологічних, на відміну від низькотехнологічних галузей, а зв'язок між корпоративними венчурами та ефективністю є найсильнішим у Європі (у порівнянні з Північною Америкою та Азією). Зв'язок між стратегічним оновленням та продуктивністю сильніший для великих, ніж для невеликих фірм.

Дослідження свідчать про суттєвий вплив корпоративного підприємництва на результати діяльності підприємства. При цьому, як правило, розрізняють результати діяльності: *об'єктивні* (фінансові показники, такі як рентабельність продажів, рентабельність активів, прибутковість), *суб'єктивні* (нефінансові показники, наприклад, задоволення споживачів, а

також опосередковані фінансові показники, наприклад, прибутковість порівняно з найбільшими конкурентами), а також *загальні*, які включають об'єктивні та суб'єктивні.

Стратегічне оновлення, тобто перевизначення бачення компанії, місії, бізнес-концепції, реорганізація діяльності та конкурентного підходу є найкращим способом для підприємств адаптуватися до змін середовища. Інновації є механізмом адаптації до мінливих ринкових умов, допомагаючи фірмам використовувати передові технології, зміни потреб клієнтів або скорочення життєвого циклу продукту. Інновації покращують продуктивність існуючого бізнесу шляхом адаптації організаційної структури та процесів і шляхом створення або модифікації продуктів. Корпоративні венчури підвищують продуктивність завдяки розширенню або диверсифікації діючих бізнес-структур. Розширення існуючих бізнес-структур може бути досягнуто шляхом створення нових венчурних підрозділів на ринках продуктів, які пов'язані з товарними ринками головної материнської компанії. Стратегічні зв'язки між новими венчурними підрозділами та материнською компанією підвищують синергію внаслідок обміну критичними ресурсами або перехресного використання бізнес-можливостей і досвіду управління.

Але є публікації, які свідчать про негативний вплив корпоративного підприємництва на результати діяльності підприємства. Зокрема, дослідники стверджують, що безперервне залучення бізнес-організацій до підприємницької діяльності не гарантує постійного підвищення ефективності бізнесу, особливо в країнах з економікою, що розвивається, такими як Китай, через відсутність організаційної формалізації, інституційної підтримки та досвідчених менеджерів [2].

Об'єктивно важко виокремити з-поміж усіх чинників, які впливають на результати діяльності підприємства, вплив саме корпоративного підприємництва. Дослідники вважають, що вплив корпоративного підприємництва на продуктивність бізнесу залежить від багатьох факторів, таких як організаційна структура, зовнішнє середовище, підтримка топ-менеджменту, система винагороди, організаційна культура та організаційні ресурси та компетенції. Оприлюднено результати досліджень щодо впливу окремих факторів, зокрема, організаційної культури, на успішне впровадження корпоративного підприємництва [2–4]. Тому завданням для подальших досліджень впливу корпоративного підприємництва на результати діяльності підприємства є розробка методичного підходу щодо визначення такого впливу, який дозволить максимально точно визначити вплив саме корпоративного підприємництва на діяльність підприємства.

### Список використаних джерел

1. *Michael Bierwerth, Christian Schwens, Rodrigo Isidor, Rüdiger Kabst.* Corporate Entrepreneurship and Performance: a Meta-Analysis. // *Small Business Economy* (2015) 45:255–278. – [Electronic source]. – Access: // DOI 10.1007/s11187-015-9629-12013.
2. *Innocent Otachea, Rosli Mahmoodb.* Corporate Entrepreneurship and Business Performance: the role of External Environment and Organizational Culture: a Proposed Framework. // *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol 6 No 4 S3, August 2015. – [Electronic source]. – Access: // Doi: 10.5901/mjss.2015.v6n4s3p524.
3. *Kalanit Efrat.* The Direct and Indirect Impact of Culture on Innovation. // *Technovation* 34 (2014) 12–20. – [Electronic source]. – Access: // <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2013.08.003>
4. *Tony Davila.* The Innovation Strategy Big Companies Should Pursue. // *Harvard Business Review*, JUNE 05, 2014. – [Electronic source]. – Access: // [https://hbr.org/2014/06/the-innovation-strategy-big-companies-should-pursue&cm\\_sp=article-\\_links\\_-\\_end%20of%20page%20recirculation](https://hbr.org/2014/06/the-innovation-strategy-big-companies-should-pursue&cm_sp=article-_links_-_end%20of%20page%20recirculation)