

УДК 330.1:330.8

І. А. Павленко,

д. е. н., професор, професор кафедри економіки підприємств,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

Л. А. Петренко,

к. е. н., доцент, докторант кафедри економіки підприємств,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК НАУКОВА КАТЕГОРІЯ

I. Pavlenko,

Doctor of Science (Econ.), Professor,
Professor of business economics Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

L. Petrenko,

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

Dr. Sc. (Econ.) Degree Seeker Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP AS A SCIENTIFIC CATEGORY

У статті аналізується сутність категорії "підприємництво" і доводиться, що підприємницькою є діяльність, пов'язана саме з впровадженням інновацій. Авторська аргументація спрямована на послідовне доведення гіпотези: неінноваційного підприємництва не існує, оскільки підприємництво завжди пов'язане зі створенням принаймні одного типу інновацій. За основу для аналізу прийнято типи інновацій, виокремлені Й. Шумпетером: введення нового продукту, запровадження нового методу виробництва (технології), створення нового ринку, освоєння нового джерела постачання сировини (ресурсів), впровадження нових способів (структури) управління. Класичним втіленням підприємництва — таким, що побудоване на одночасній реалізації різних видів інновацій з вищенаведеного переліку Шумпетера є створений "з нуля" інноваційний стартап. Підприємництво не обмежується малими формами бізнесу — великі компанії з акцентом на підприємницьку діяльність також можуть бути проактивними та інноваційними. Щонайпершим наслідком впровадження внутрішньофірмового підприємництва була поява венчурів — виокремлення структурних підрозділів або створення самостійних бізнесів, які забезпечували реалізацію інноваційних проєктів. Заслуговує на особливу увагу той факт, що ЖЦО (життєвий цикл організації) крізь призму підприємницької орієнтації менеджменту являє собою почергове домінування інновацій різних видів.

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. The basis for the analysis of accepted types of innovation discovered J. Schumpeter: the introduction of a new product, the introduction of a new method of production (technology), creating a new market, the development of new sources of raw materials (resources), new ways (patterns) management. A classic embodiment of entrepreneurship — one that is built on the simultaneous implementation of various types of innovations from the above list Schumpeter — is created "from scratch" an innovative startup. Entrepreneurship is not limited to short forms of business — large companies with a focus on business can also be proactive and innovative. The very first effects of intra-enterprise were the appearance ventures — separation of departments or the creation of independent businesses that provide the implementation of innovative projects. Deserves special attention to the fact that corporate lifecycle through the prism of business management orientation is the alternate domination innovations of various types.

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

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

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЗАВДАННЯМИ

Виходячи з положення, що ключова категорія є системоутворюючою в будь-якій науковій теорії чи концепції, існування різних, часто взаємозаперечуючих поглядів на

сутність поняття "підприємництво" засвідчує, що єдиної цілісної теорії підприємництва на сьогодні не сформовано.

Десистематизуючими є намагання розширити категоріальний апарат науки шляхом "винайдення" нових особливих проявів класичних економічних феноменів.

Так вибухоподібний розвиток інформаційної економіки на основі інноваційних технологій викликав хвилю суспільної моди на інновації, і слово "інноваційний", застосоване перед будь-яким іменником, стало атрибутом актуальності та затребуваності поняття, яке він означає.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження феномену підприємництва має доволі довгу історію. Хрестоматійною стала праця Альфреда Маршала "Принципи економічної науки", опублікована у 1890-му році, де запропоновано вважати підприємство¹ надзвичайно важливим ресурсом — фактором виробництва, і поставлено його в один ряд з землею, працею та капіталом. У ХХ столітті в розвиток теорії підприємництва значний внесок зробили В. Валес, Д. Смоллбон, Н. Фоз, П. Клейн, Дж. Хагз, Ф. Саутет та ін. Однак у науці і досі відсутня єдність у розумінні змісту поняття "підприємство".

На сьогодні здобуває все більшого поширення категорія "інноваційне підприємство", викликаючи закономірне запитання: "А чи може бути підприємство — не інноваційним?" Адже згідно з визначенням, даним Йозефом Шумпетером [16] ще у 1934 році, підприємство є процесом створення інновацій. Класичне розуміння інновацій не обмежує їх новими товарами та послугами — 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 вищесказане, метою нашого дослідження є визначення сутності категорії "інноваційне підприємство". Використовуючи наведену класичну класифікацію інновацій як методичний базис дослідження, можемо сформулювати робочу гіпотезу: неінноваційного підприємства не існує; підприємство завжди пов'язане зі створенням принаймні одного типу інновацій.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для доведення робочої гіпотези нами проаналізовано та систематизовано погляди на підприємство зарубіжних дослідників, починаючи з 80-х рр. ХХ століття. Такий вибір матеріалів аналізу зумовлений поширенням обмеженого розуміння підприємства у вітчизняній економічній літературі², в т.ч. закріпленого в законодавстві України³.

Почнемо з того, що класичним втіленням підприємства — таким, що побудоване на одночасній реалізації різних видів інновацій з вищенаведеного 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. У дос-

лідженні Д. Тіммонса та С. Спінеллі [7] 2007 року відзначається, що процес утворення стартапу починається з виявлення можливостей створення нового продукту/послуги або бізнесу, а не з ресурсів і команди. Як засвідчує широко відома модель підприємницького процесу Тіммонса-Спінеллі, саме параметри таких можливостей визначають вибір форми бізнесу, обсяги необхідних ресурсів та склад підприємницької команди. В розвиток даної моделі з'явилися підходи до виявлення бізнес-можливостей та наступна систематизація їх Б. Баррінгером та Д. Іреландом [4] в три основні групи (аналіз трендів, розв'язок проблем та виявлення ринкових розривів). Необхідно ще раз підкреслити, що на сьогодні класичне втілення підприємства — 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 та винайдення нових бізнес-моделей. Звідси в синонімічний ряд з терміном "підприємство" в зарубіжній літературі стає означення "новий", тобто "інноваційний".

Підприємство, на думку російського дослідника Г.В. Широкової [14], являє собою процес створення цінності шляхом формування унікального набору ресурсів через реалізацію можливостей, що відкриваються. На ціннісноутворюючу функцію підприємства звертає увагу і Д.Тіммонс [7], відзначаючи, що підприємство призводить до створення, прирощення, реалізації та оновлення цінності не лише для власників підприємства, а й для всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Відповідно, концепція створення цінності також є "містком", що поєднує сучасні теорії підприємства та теорії інновацій⁴. Яскравою ілюстрацією використання спільного наукового поля теорій підприємства 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 підприємство в формі "відкритих інновацій" змістовно відповідає впровадженню щонайменше двох типів інновацій — за класифікацією Шумпетера — нових способів (структур) управління та нових продуктів.

Підприємство 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 підприємство" (інтрапре-

¹ Історично першою назвою четвертого фактору виробництва, що доповнив класичну тріаду "земля — праця — капітал", була "організація"; назву четвертого фактора з часом було уточнено і в сучасних дослідженнях його іменують "підприємництвом" або "підприємницьким талантом".

² Підприємство у публікаціях багатьох вітчизняних науковців та практиків має стійкий асоціативний зв'язок з малим бізнесом. Причому, оскільки сферою застосування малого бізнесу на пострадянському просторі стали роздрібна торгівля та послуги для населення, то підприємство пов'язується не лише з масштабами, але і з конкретними видами бізнес-діяльності.

³ Поняття "підприємець" у вітчизняному законодавстві підмінене і характеризує змістовно іншу категорію — "власник бізнесу"; на це, зокрема, звертає увагу в своїх дослідженнях 1997-го та 2003-го рр. Р. Скейз [7]. Так, у діючому Господарському кодексі України (ст. 42) підприємство визначається як "самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку".

⁴ Зокрема сучасна концепція спів-створення цінності (Co-Creating Unique Value) К. Прахалада, в якій зацікавлені сторони є активною силою формування цінності.

нерство) і вперше була досліджена Г. Піншо [6] 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. С. Захра [10] відзначає, що трансформація бізнес-моделі через створення нових напрямків діяльності є одним з найбільш очевидних індикаторів внутрішньофірмового підприємництва. Таким чином в західній літературі внутрішньофірмове підприємництво стало синонімом інноваційної поведінки великих компаній, у відповідності з шumpетеріанською класифікацією інновацій — введення нових продуктів та 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. Заслужує на особливу увагу той факт, що ЖЦО крізь призму підприємницької орієнтації менеджменту являє собою почергове домінування інновацій різних видів. Підприємництво на етапі "зрілості" пов'язане в першу чергу з оновленням бізнес-моделі компанії і здатне призвести до суттєвого підвищення її ефективності. Так, згідно з прогнозами Пола Еріка Шотіля [15], керуючого партнера компанії McKinsey в країнах СНД та Центральної Європи, масштабне впровадження інновацій в Росії саме у зрілих традиційних (а не у нових) галузях може виявитися найпотужнішим джерелом зростання економіки. Підсумовуючи вищесказане, необхідно підкреслити, що підприємництво згідно з концепцією ЖЦО є інноваційним априорі, але на різних етапах ЖЦО воно ґрунтується на різних, у відповідності з класифікацією Шumpетера, видах інновацій, вибір та комбінація яких обумовлюється задачею забезпечення максимальної ефективності компанії в кожен момент часу.

Осмислення феномену підприємництва як ключового елементу саморегулювання та розвитку ринкової економіки, започатковане Й. Шumpетером, було продовжено Р.Г. Коузом [12], лауреатом Нобелівської премії з економіки 1991 року. Здатність підприємництва відкривати нові можливості, по-новому комбінувати ресурси, впроваджувати нові продукти та методи управління у відповідь на зміну ринкової кон'юнктури дозволяє перманентно підтримувати ефективність господарської діяльності на рівні підприємства, забезпечуючи тим самим розвиток економіки країни. Підприємництво є особливим регулюючим механізмом ринку, відмінним від механізмів цінового і державного регулювання, і являє собою дієву альтернативу їх обом. Ступінь необхідного регулювання визначається відхиленням стану системи від рівноважного. Ще М. Кондратьєв [11] емпірично довів факт масованого впровадження проривних інновацій в найнижчій — кризовій — точці "довгої хвилі" економічної кон'юнктури: підприємництво активізується в момент кризи економіки і спрямовується на зміну технологічної основи ви-

робництва ("запровадження нового методу виробництва (технології)" — у відповідності з наведеною раніше класифікацією Шumpетера).

Сучасною методологічною основою підприємництва як механізму саморегулювання економіки є теорія транзакційних витрат. Підприємець є ключовою особою, яка повсякчас аналізує та знаходить нові кращі способи організації взаємодії учасників ринку. В працях інституціоналістів (зокрема Р.Г. Коуза, про якого згадувалось вище, Д. Норта [5] та О. Уільямсона [8]) 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 корпорацій, 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.

Сучасний інституціоналізм, на відміну від неокласики другої половини ХХ століття, зацентровує увагу не на ресурсах самих про собі (їх обліку, пропорціях сполучення, оптимізації витрат і т.п.), а на взаємовідносинах учасників ринку — власників ресурсів — стейкхолдерів підприємства. Повернемось до центрального в теорії Шumpетера положення про підприємця, який прагне знайти нову комбінацію ресурсів (факторів виробництва), наслідком чого стає інновація. Через те, що ресурси в їх новітньому сенсі перестають бути "безособистісними" і стають невіддільними від їх стейкхолдерів, поведінка підприємця перестає визнаватись "суто економічною": актуалізуються саме управлінські та соціокультурні аспекти підприємництва. Як наслідок, у лексиконі теорії підприємництва з'явився термін "соціальна інновація", який в його сучасному значенні пов'язують з ім'ям видатного підприємця Мухаммада Юнуса (Muhammad Yunus) [9], засновника банку Grameen та автора концепції мікrokредитів, лауреата Нобелівської премії миру за порятунок від злиднів мільйонів людей.

ВИСНОВКИ

На завершення підкреслимо тотожність розвитку підприємництва та інновацій як визначальних критеріїв лідерства в сучасній глобальній економіці. Розвиток підприємництва є індикатором свободи конкуренції. Конкуренція — одна з головних стимул-реакцій розвитку підприємств, саме вона змушує їх освоювати інновації. Змагаючись з конкурентами, компанії спочатку намагаються підвищити ефективність доступними управлінськими і недорогими технологічними поліпшеннями, а вичерпавши їх, наважуються на створення принципово нових рішень — масштабних інновацій, що вимагають часу, ресурсів і передових методів управління. Таким чином рівень інноваційного розвитку економіки країни в умовах глобальної конкуренції є співвідносним з рівнем розвитку підприємництва. В якості ілюстрації можна привести дані Глобального інноваційного індексу (The Global Innovation Index 2014 [3]): трійка країн-лідерів в сфері інновацій (Швейцарія, Великобританія, Швеція) забезпечила собі лідерські позиції саме за рахунок створення найкращих умов ведення бізнесу, обігнавши країни зі значно вищими досягненнями у сфері досліджень і розробок (зокрема, Німеччину та Японію). Україна, займаючи

одинадцятую позицію за рівнем досліджень та розробок, за критерієм умов ведення бізнесу знаходиться на 122-му місці, і саме остання цифра визначає рівень інноваційного розвитку економіки нашої країни. Тільки усвідомлення тотожності підприємництва і інновацій, визначеної Йозефом Шумпетером ще на початку ХХ 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. INSEAD. The Global Innovation Index 2014 [Electronic resource]: // <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=GII-Home>
4. Ireland D. Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures / D. Ireland, B. R. Barringer. — Prentice Hall, 4rd Edition, 2012. — 592 p.
5. North D. C. Institutions / Douglass C. North // The Journal of Economic Perspectives, 1991. — Vol. 5, No. 1. — P. 97—112. [Electronic resource]: <http://www.econ.uchile.cl/uploads/documento/94ced618aa1aa4d59bf48a17b1c7f605c9ace73.pdf>
6. 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.
7. Timmons J.A. New venture creation: entrepreneurship for the 21st century / Jeffry A. Timmons, Stephen Spinelli. — McGraw-Hill/Irwin, 2004. — 700 p.
8. Williamson O.E. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead / Oliver E. Williamson // Journal of Economic Literature. — 2000. — Vol. XXXVIII, September. — P. 595—613 [Electronic resource]: <http://se.xmu.edu.cn/oldversion/admin/manage/File/87/2577/1110.pdf>
9. Yunus M., Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism / Muhammad Yunus with Karl Weber. — N.Y.: PublicAffers, 2009. — 320 p.
10. Zahra S.A. Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: taxonomic approach // Journal of Business Venturing. — 1993. — Vol. 8, №4. — P. 319 — 340.
11. Кондратьев Н. Большие циклы экономической конъюнктуры / Н. Кондратьев — М.: Экономика, 1989. — 523 с.
12. Коуз Р. Фирма, рынок и право / Пер. с англ. Б. Пинскера. — М.: Дело ЛТД, 1993. — 192 с.
13. Скейз Р. Глобальный передел: как перестроить себя и свою компанию / Ричард Скейз; пер. с англ. И.С. Аникеева. — Москва; Санкт-Петербург: Вершина, 2007. — 206 с.
14. Широкова Г.В. Внутрифирменное предпринимательство: подходы к исследованию феномена / Г.В. Широкова, В.А. Сарычев, Е.Ю. Благов, А.В. Куликов // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2009. — Сер. 8. — Вып. 1. — С. 3—32.
15. Шотиль П.Э. Инновации в бизнесе / Пол Эрик Шотиль, Елена Кузнецова // Вестник McKinsey — 2010. — № 21 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vestnikmckinsey.ru/introduction/innovacii-v-biznese>
16. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Йозеф Шумпетер. — М.: Эксмо, 2007. — 864 с.

References:

1. Adizes, I. K. (1999), Managing Corporate Lifecycles, revised edition, Prentice Hall Press, New Jersey, USA.
 2. Chesbrough, H.W. (2003), Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from Technology, 1st ed., Harvard Business Review Press, New York, USA.
 3. INSEAD (2014), The Global Innovation Index 2014, [Online], available at: <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=GII-Home> (Accessed 31 July 2014).
 4. Ireland, D. and Barringer, B. R. (2012), "Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures", 4rd Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.
 5. North, D. C. (1991), "Institutions", The Journal of Economic Perspectives, [Online], Vol. 5, No. 1, pp. 97-112, available at: <http://www.econ.uchile.cl/uploads/documento/94ced618aa1aa4d59bf48a17b1c7f605c9ace73.pdf> (Accessed 31 July 2014).
 6. Pinchot, G. (1985), Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur, Harper & Row, New York, USA.
 7. Timmons, J. A. and Spinelli, S. (2004), New venture creation: entrepreneurship for the 21st century, McGraw-Hill/Irwin, New York, USA.
 8. Williamson, O. E. (2000), "The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead", Journal of Economic Literature, vol. XXXVIII, pp. 595—613.
 9. Yunus, M., and Weber, K. (2009), "Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism", PublicAffers, New York, USA.
 10. Zahra, S.A. (1993), "Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: taxonomic approach", Journal of Business Venturing, vol. 8, no. 4, pp. 319—340.
 11. Kondrat'ev, N. (1989), "Bol'shie cikly jekonomicheskoy kon'junktury", [Large cycles of economic conditions], Jekonomika, Moscow, The Russian Federation.
 12. Kouz, R. (1993), "Firma, ryok i pravo" [The Firm, the market and the law], Delo LTD, Moscow, The Russian Federation.
 13. Skejz, R. (2007), "Global'nyj peredel: kak perestroit' sebja i svoju kompaniju", [Global redistribution: how to rebuild yourself and your company], Vershina, Moscow St. Petersburg, The Russian Federation.
 14. Shirokova, G.V. Sarychev, V.A. Blagov, E.Ju. and Kulikov, A.V. (2009), "Intra-enterprise: approaches to the study of the phenomenon", Vestnik Sankt-Peterburgsogo univensriteta, vol.1, pp. 3—32.
 15. Shotil', P. J. and Kuznecova, H. (2010), "Innovation in business", Vestnik McKinsey, [Online], Vol.21, available at: <http://vestnikmckinsey.ru/introduction/innovacii-v-biznese> (Accessed 31 July 2014).
 16. Shumpeter, J. (2007), "Teorija jekonomicheskogo razvitija. Kapitalizm, socializm i demokratija", [Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy], Jeksмо, Moscow, The Russian Federation.
- Стаття надійшла до редакції 31.07.2014 р.*