

Л. І. ВОРОТІНА, д-р екон. наук, проф.
(Київський національний університет ім. Тараса Шевченка)

СУЧАСНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Наукові праці МАУП, 2002, вип. 3, с. 13–15

Постійне (систематичне чи періодичне) оповлення, розвиток, удосконалення діяльності підприємця у ринковому середовищі, неперервне оповлення господарюючого суб'єкта, економічна динаміка визначають сутність та інноваційну спрямованість підприємницької діяльності у ринковій економіці.

Як відомо, інноваційність підприємницької діяльності завжди була у центрі наукових досліджень представників економічних шкіл та ведучих наукових економічних центрів. Зокрема, новатор (підприємець) Й. Шумпетер, професор Гарвардського університету з 1932 р., і досі є неперевершеним взірцем інноваційної сутності бізнесу, що в умовах взаємодії монополії та конкуренції базується на нововведеннях, які зумовлюють відповідний динамізм економічного розвитку [4; 5]. Підприємництво передбачає постійні зміни в економічному просторі будь-якої системи. Спираючись на розробки економістів-науковців вітчизняної та зарубіжної економічної теорії, можна визначити існуючі підходи до класифікації змін в економічній діяльності суб'єктів підприємства за певними ознаками:

- новітності, інноваційного потенціалу, ставлення до свого попередника, обсягу впровадження, ефективності; за соціальними наслідками, джерелами ініціативи;
- новизни, залежності від технологічних параметрів; місця на підприємстві; глибини змін, що здійснюються; галузі чи сфери діяльності;
- оригінальності змін; ступеня складності; галузі господарювання; масштабу дій; соціально-психологічних умов впровадження; сфер використання; ступеня інтенсивності; темпів здійснення; результативності [2; 3].

Підприємницька діяльність, в межах якої відбуваються відповідні об'єктивні зміни, зумовлює інноваційну спрямованість підприємництва та економіки загалом з метою належного задоволення потреб споживача і отримання прибутку.

Дослідження ринкової економіки свідчать, що досягнення підприємством прибутковості від своєї діяльності сприяє:

- всебічному задоволенню потреб споживача шляхом налагодження нових товарів/послуг;
- кращому задоволенню потреб споживача через підвищення якості товарів/послуг;
- виходу на нові споживачькі ринки і закріпленню на них;
- значному комерційному, економічному, соціальному і екологічному ефекту;
- новизні чи індивідуальності в межах галузі, регіону, країни або на світовому рівні;
- залученню іноземних партнерів та іноземних інвестицій.

З цього виходить, що сучасні форми організації інноваційного бізнесу за змістом відображають нові комбінації в економіці:

- нове споживче благо;
- новий метод виробництва;
- новий ринок збуту;
- нове джерело або вид сировини і напівфабрикатів;
- новий спосіб організації діяльності підприємства;
- нову сутність державного менеджменту в економіці.

Практично не існує потреби у пошуку шляхів надання бізнесу інноваційного характеру, оскільки це об'єктивно закладено у сутності підприємницької діяльності — постійний ризик у пошуку власних шляхів досягнення своєї мети.

Функціональну визначеність інноваційного характеру бізнесу в ринковій економіці можна представити у формалізованому вигляді (рисунок).



Дерево інноваційної природи чи орієнтації бізнесу

Зміст наведеного дерева може змінюватись за кількістю і якістю, але сутність інноваційного характеру бізнесу залишається такою самою, оскільки це закладено у ризиковій сутності підприємницької діяльності.

Підприємницький ризик зумовлює постійний пошук нових ефективних шляхів реалізації цілей бізнесової діяльності залежно від багатьох факторів, серед яких слід виділити не лише об'єктивні фінансово-матеріальні ресурси, а й креативні здібності підприємця. Саме завдяки їм підприємець бере на себе ініціативу і поєднує потреби та ресурси землі, капіталу, праці в єдиний процес виробництва товарів і надання послуг.

Динамізм потреб споживача спонукає підприємця до інноваційного пошуку і водночас підприємницька інноваційність формує нові потреби і шляхи їх задоволення. Тому відповідно до нових організаційних форм інноваційного бізнесу закладаються і нова філософія, етика та принципи господарської діяльності підприємницьких структур.

Філософія підприємництва є поясненням сутності існування і діяльності суб'єктів підприємництва [1]. Філософія характеризує господарю-

ючу одиницю (хто ми), ціль (чого ми хочемо) і сферу діяльності (що ми виробляємо).

З філософією тісно пов'язане уявлення про моральні цінності — етику підприємця.

Етика підприємця — це мораль ділових взаємовідносин, яка охоплює норми поведінки підприємця у процесі становлення у бізнесовому просторі, що мають обмежити вплив принципу отримання прибутку і запобігти виникненню протизаконних чи конфліктних ситуацій у бізнесі [1, с. 75].

Принципи підприємництва — це “основний закон” (устав) бажаної поведінки всіх членів бізнесового процесу [1, с. 78–82].

Отже, творчий, інноваційний характер підприємця є “первинним ресурсом”, двигуном інновацій, але в межах відповідної філософії, етики і принципів підприємництва.

В Україні “поле” підприємництва вкрай обмежене низькою питомою вагою малого та середнього бізнесу, тому реалізація інноваційного потенціалу підприємницької діяльності більше нагадує теоретичну конструкцію, ніж практичне втілення інноваційної сутності бізнесу. За таких умов обов'язкова атрибутика будь-якої цивілізованої форми організації підприємницьких структур — філософія, етика і принципи — здебільшого не формується. А без цього ніякі юридичні та правові норми ніде в світі не спрацьовують. Підтвердженням цього є наявність “тіньової економіки” в сучасних умовах господарювання багатьох країн світу, в тому числі в Україні.

Повертаючись до думки, що інновація є елементарною складовою підприємництва, яка завжди властива конкуренції та ринковій економіці, слід зазначити, що сучасна економічна теорія, зокрема у менеджменті, озброїла практичне підприємництво поняттям “*фазова схема інноваційного процесу*”, тобто проходження фаз ініціювання, аналізу стану, пошуку ідей і вивчення проблем.

Кожна фаза інноваційного процесу — це етап підготовки менеджментом стимулювання інновацій та вибору інноваційної стратегії:

- технологічне лідерство — першість слідування або технологічне підпорядкування;
- застосування власних інновацій — дослідження і розробки;
- застосування чужих інновацій — придбання патентів, ліцензій, копіювання, наслідування.

Залежно від причин виникнення потреби в інноваціях — з технологічних розробок чи потреб споживача — формується різна схема стимулювання інновацій.

У разі необхідності технологічних розробок менеджмент формує сумніви щодо існуючого стану справ; зменшує рівень задоволення поточною ситуацією, що склалася, і спонукає (стимулює) пошук нових технологічних ідей (так звана в менеджменті запалююча критична свідомість).

Наявність другої причини інновацій — потреби споживача — зумовлює зовнішній поштовх посилення інноваційних пошуків.

За таких умов ідеальною можна вважати таку форму організації інноваційного процесу у бізнесі, яка поєднує внутрішні (технологічні) та зовнішні (споживацькі, ринкові) інноваційні стратегії.



Література

1. *Борманн Д., Воротина Л., Федерманн Р.* Менеджмент. Предпринимательская деятельность в рыночной экономике. — Гамбург, 1992.
2. *Инновационный менеджмент: Справ. пособие.* — 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Е. Миндели. — М., 1998.
3. *Инновационный менеджмент: Учебник для вузов* / Под ред. С. Д. Ильенковой. — М., 1997.
4. *Schumpeter Y. A.* The theory of economic development. — N. Y., 1961.
5. *History of economic analysis.* — L., 1967.