

УДК 339.330

Г. О. Швиданенко,

к. е. н., професор, завідувач кафедри економіки підприємств,

ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана", м. Київ

М. А. Теплюк,

к. е. н., асистент кафедри економіки підприємств,

ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана", м. Київ

СУЧАСНІ ТRENДИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

G. Shvidanenko,

Professor PhD, SHEE "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman",

orcid.org/0000-0002-6730-1372, Ukraine

M. Tepluk,

Assistant PhD, SHEE "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman",

orcid.org/0000-0001-6823-336X, Ukraine

MODERN TREND OF INNOVATIVE BUSINESS

У статті проведено дослідження проявів процесу диджиталізації у сучасних реаліях розвитку інноваційного бізнесу. Ідентифіковано сучасні тренди розвитку digital-маркетингу та окреслено передумови до впровадження digital-трендів у вітчизняний бізнес-простір.

The article analyzes the manifestations of the process of digitalization in the modern realities of the development of innovative business. Modern trends of digital-marketing development were identified and the preconditions for the introduction of digital-trends were outlined in the domestic business-space.

Ключові слова: інновація, інноваційна економіка, диджитал-трансформації, економічний розвиток, тренд.

Key word: innovation, knowledge economy, innovative economy, digital-transformation, economic development, trend.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сьогоднішній день, зростання національної економіки значною мірою визначається рівнем інноваційного розвитку суб'єктів ринкових відносин, якій базується на їх зусиллях використання динамічних можливості і новітні технології у своїй господарській діяльності, творчі підходити до визначення способів задоволення потреб споживачів, вдосконалювати та оновлювати продукцію, посилюючи ринкову позицію та забезпечуючи ефективність функціонування бізнесу. Тобто особливості діяльності сучасних підприємств полягає в тому, що інновації перетворилися на ендогенний фактор ефективності їх розвитку. Відповідні тенденції, актуалізують потребу у розробці теоретико-методичних підходів і прикладних засад забезпечення розвитку сучасних підприємств на основі інновацій з урахуванням особливостей функціонування динамічного зовнішнього середовища.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У зв'язку з цим актуальним є дослідження теоретичних і методичних підходів до визначення основних трендів розвитку підприємств на засадах активізації інноваційного підприємництва. Дана проблематика посіла важливе місце в роботах як зарубіжних, так і вітчизняних авторів, серед яких: К. Фрімен, П. Друкер, Дж. Тіс, К. Кристенсен, Г. Мінцберг, С. Гошал, Б. Мільнер, О. Бутнік-Сіверський, І. Галиця, Н. Гончарова, С. Ілляшенко, Л. Петренко, І. Павленко, І. Петрова, А. Смоляр, М. Сагайдак, М. Теплюк, Г. Швиданенко, Н. Чухраєва та інші [1]. Разом з тим, слід відмітити, що у працях названих авторів досліджуються переважно базові категорії зазначеної наукової проблеми, уточнюються зміст і характеристики видів розвитку, розширюється класифікація інновацій, вдосконалюються правові засади інноваційно-орієнтованого регулювання економіки, розробляються організаційні механізми забезпечення інноваційного розвитку бізнесу. Водночас концептуальні питання, що стосуються принципів, орієнтирів і

бар'єрів інноваційного розвитку, визначення трендів їх корекції у напрямку забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства відповідно до потреб сучасної економіки, потребують подальшого дослідження. Актуальність і значущість окреслених питань зумовили вибір теми, визначили мету і логіку дослідження.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Завдання полягає у ідентифікації актуальних питань щодо трендів розвитку інноваційного бізнесу в сучасних умовах господарювання.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ключовою темою обговорення в 2016 році на 46-ому Всесвітньому Економічному Форумі в Даввосі була Четверта промислова революція, яка може привести до глобальних змін у всіх сферах суспільного життя. Потрібно зазначити, що про "індустріальну революцію 4.0" говорять ще починаючи з 2011 р. (німецька "Хай-тег стратегія 2020). З того часу ця проблематика тільки набирає економічної популярності. Мова йде про комплексні кіберфізичні системи, в яких ІТ- системи поєднані в одну мережу, що дозволяє їм на всіх стадіях виробничого процесу взаємодіяти та налаштовуватись. Планується, що людина повністю буде виключена саме з виробничого процесу, система сама буде приймати технічні рішення ґрунтуючись на показниках апаратури.

Розвиток робототехніки, який може значно спростити та пришвидшити виробничий процес, у свою чергу, може також привести і до негативних соціальних наслідків. Економісти Е. Бріньольсон та Е. Макфі звертають увагу на те, що нова революція поглибить соціальну нерівність. Мова йде про її потенціальну спроможність зруйнувати ринки праці. За розрахунками ВЕФ, вже до 2020 року роботи та нові технології можуть залишити без роботи мільйони осіб. Найбільше від цього постраждають офісні та адміністративні праців-

ники — вже у найближчі чотири роки кількість робочих місць у цій сфері скоротиться на 4,7 мільйонів осіб. Дослідження стосувалося Південно-Східної Азії, країн Персидської затоки, деяких держав Західної, а також Індії, Китаю та Японії [2]. Найбільше виграють від четвертої революції ті, хто забезпечує інтелектуальний та фізичний капітал, а саме: програмісти, винахідники, акціонери, інвестори та персонал, який може успішно працювати з великими інформаційними масивами. За оцінкою маркетингової компанії Gartner, вже до 2020 року додатковий дохід компанії пов'язаних з ІТ-технологіями буде більшим за 300 млрд доларів.

Разом з тим, ефективне функціонування бізнесу в умовах диджиталізації економіки вимагає ґрунтовних змін в організації підприємницької діяльності. В сучасному бізнесі успішними стають лише ті підприємства, які можуть генерувати інновації, ідентифікувати стратегічні ресурси та формувати компетентності.

Останні розглядаються важливим джерелом конкурентної переваги в діяльності глобально діючих підприємств, а в ряді галузей — ще й безальтернативною умовою виживання. Водночас інформаційна революція змінила середовище функціонування сучасних підприємств, створивши першочергово принципово нові умови для активізації їх інноваційного розвитку. Безперечно, інтелектуальні ресурси значною мірою зумовлені характером і специфікою сформованих бізнес-моделей, а також можливостями використання релевантних організаційних форм інноваційної діяльності та адекватних систем і способів її інвестиційного забезпечення.

В умовах глобалізаційних процесів пріоритетним завданням для інноваційного розвитку бізнесу є вектор диджиталізації. Тобто ефективне функціонування суб'єктів ринкових відносин можливе, за рахунок, ідентифікації альтернативних конкурентних стратегій розвитку, з врахуванням digital-трендів, де ключовим моментом є швидка реалізація digital-технологій у господарську діяльність суб'єктів господарювання. Можна стверджувати, що цифрова революція є потужним драйвером розвитку інноваційного бізнесу. Разом з тим, на думку Андерссона ван дер Хейдена [3], при digital-трансформації на підприємстві варто зосередити увагу на ключових аспектах розвитку бізнес-середовища (рис. 2).

Протягом останніх років біля 200 start-up, свідомо обравши digital — стиль, створили бізнес-одиниць із сукупною капіталізацією понад 1 квінтільйон дол. США, що є реально важливим для розвитку світової економіки [4]. Інноваційні підприємства використовують відповідні драйвери інноваційного зростання в пролонгованому аспекті (рис. 3).

На сьогоднішній день, лідерами диджиталізації є країни ЄС, США та Японія, які є драйверами світових інноваційних зрушень, оскільки цифрові технології зумовлюють використання широкого спектру динамічних можливостей, але водночас, є джерелом ризику.

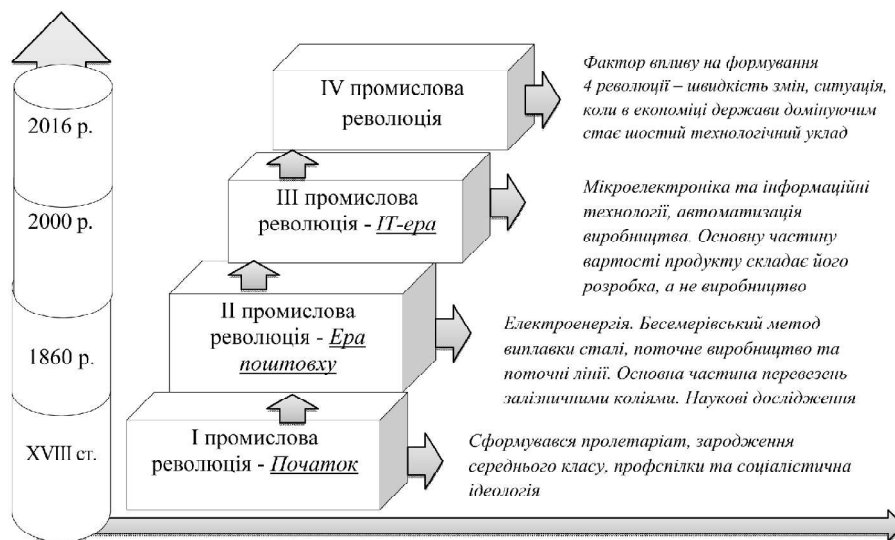


Рис. 1. Еволюційний тренд розвитку промислових революцій

Джерело: узагальнено авторами.

Під дефініцією "диджиталізація", слід розуміти, трансформацію різних інформаційних потоків у "цифру". Тобто, відповідний процес дозволяє оптимізувати господарську діяльність за допомогою обробки та трансформації великих масивів інформації. Разом з тим, на думку фахівців, розширення мережі використання digital-технологій, може мати негативні економіко-соціальні наслідки та зумовити відтік значних масивів інформації конкурентам. Враховуючи турбулентність ринкового середовища, можна зазначити, що диджиталізація бізнесу є підґрунтям для створення нових можливостей, цінностей та компетентностей, що в свою чергу, дозволяє формувати стійкі конкурентні переваги. Для того, щоб диджиталізація сприяла розвитку підприємницької діяльності, першочергово необхідно ідентифікувати актуальні digital-тренди [5]. Станом на початок 2018 року окреслено такі тенденції digital-маркетингу: — збільшення обсягів цифрового перетворення;

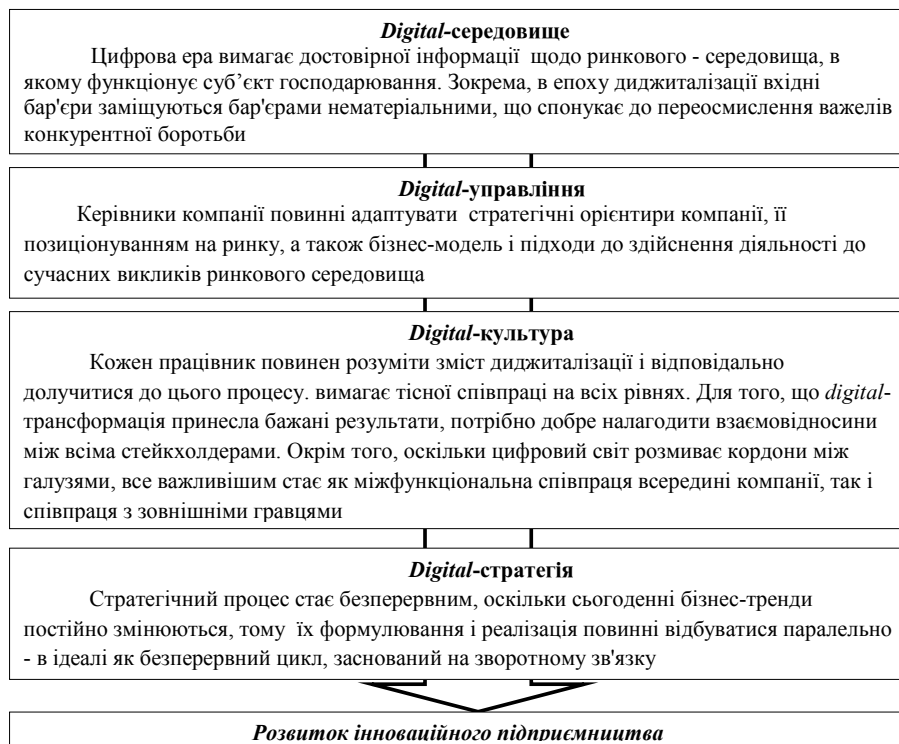


Рис. 2. Логіка розвитку інноваційного підприємництва в умовах диджиталізації

Джерело: сформовано автором.

Драйвери інноваційного розвитку сучасного бізнесу	
<i>На локальному рівні</i>	
Розуміння клієнтів	
<ul style="list-style-type: none"> мати в наявності ресурси для виявлення потенційних клієнтів і оцінювання їх незадоволених потреб; розвивати навички проведення поглиблених досліджень, у тому числі великих етнографічних і якісних польових; залучати клієнтів і розглядати їх як партнерів і співробітників в інноваційному процесі 	<ul style="list-style-type: none"> використовувати аналітичні методи і технології для збору інформації про конкретні ринки і перетворення це в дієве бачення необхідної бізнес-діяльності; проводити кількісний аналіз і формувати чітке розуміння розмірів ринку та очікуваної поведінки клієнтів
Дослідження та розробки	
<ul style="list-style-type: none"> перемістити більшу частину своїх дослідницьких підрозділів ближче до місць, де знаходяться клієнти – на швидкозростаючі ринки; розвинути підхід «зворотнього інжинірингу»; надавати автономію місцевим дослідницьким центрам, щоб приймати власні рішення про те, які проекти виконувати; вводити в дію механізми реалізації для нових ідей 	<ul style="list-style-type: none"> «налаштувати» глобальні інноваційні мережі, які пов'язують дослідницькі центри як розвинутих ринках, так і на тих, що швидко розвиваються, для обміну інтелектуальною власністю; розробити "платформи технологій", які є актуальними в глобальному масштабі і які можуть бути об'єднані з місцевими компонентами в точці поставки; приймати рішення про розподіл ресурсів, виділених на дослідження по всьому світу - і переміщати їх з одного місця в інше
Персонал і інноваційна культура	
<ul style="list-style-type: none"> делегувати відповідальність щодо прийняття рішень місцевим командам на швидкозростаючих ринках; переконалися, що місцеві керівники мають можливість приймати самостійні рішення щодо набору персоналу; бути здатними розробляти і просувати ідеї щодо нових продуктів або послуг для задоволення місцевих потреб; мати можливість встановлювати структуру оплати і винагороди для місцевих команд, щоб вони були мотивованими для оцінювання розмірів та темпів зростання ринку 	<ul style="list-style-type: none"> глобально керувати талантами, у такий спосіб, щоб менеджери проходили ротацию на ключових ринках і отримати досвід у найрізноманітніших бізнес-середовищах; працювати над формуванням культури і набором цінностей, які є глобальними за масштабом; формувати глобальне мислення і здатність переносити невизначеність та інтегрувати різні точки зору; розуміти взаємозалежності між різними регіонами і як рішення, прийняті в одному регіоні, вплинуть на інші
Персонал і інноваційна культура	
<ul style="list-style-type: none"> вибирати місцевих партнерів ретельно на кожному етапі ланцюжка створення вартості. переконалися, що операції є як ефективними, так і такими, що забезпечують можливість знизити затрати і зберегти маржу. брати до уваги потреби місцевих клієнтів і переконалися, що ціни й інші аспекти бізнес-моделі є адекватними 	<ul style="list-style-type: none"> встановити чіткі правила, включаючи управління ризиками та дотримання рамок; використати глобальні ланцюжки поставчань і системи управління взаємовідносинами з клієнтами; приймати рішення про те, які аспекти збутової ланцюга призначені для локалізації, а які - для підтримки

Рис. 3. Драйвери інноваційного розвитку сучасного бізнесу

Джерело: сформовано автором за даними Ernst & Young.

- використання smart-технологій та гаджетів;
- інтеграція маркетингової діяльності в життєвий цикл клієнта;
- підвищення рівня персоналізації даних;
- оптимізація виробничих процесів;
- забезпечення digital-додатками власників смартфонів;
- інтеграція в SEO та контент-маркетинг і розвиток AR-технологій.

За оцінками McKinsey Global Institute, у найближчі роки на глобальну економіку найбільше вплинуть: поширення мобільного Інтернету та Інтернету речей; автоматизація рутинної інтелектуальної роботи; шмарні технології та рішення по зберіганню енергії; впровадження наступних поколінь підходів до управління геномами; просунута робототехніка та транспорт без водіїв; 3D-друк та інше [6].

Яскравим прикладом є досвід заводу Bosch Blaichach, де в єдину інформаційну мережу об'єднано 5500 машин на 11 заводах — це не враховуючи значну кількість одиниць випущеної продукції, що передають у систему інформацію про свій стан і режими своєї експлуатації. Як наслідок, автоматизовано багато функцій, які раніше

виконували цілі відділи; при цьому значно підвищено їх ефективність. Зважаючи на значну роль систем управління у забезпеченні конкурентоспроможності в умовах глобального насиченого ринку, доцільно розглянути світові тенденції у цьому напрямі. Зокрема на першому етапі розвитку основна увага приділяється продукції; на другому етапі основним об'єктом уваги є продукція, але акцент переноситься вже на якість, тобто її споживчі властивості; на третьому етапі значну увагу починають приділяти вже організаціям, удосконаленню їх локальних цільових систем менеджменту; на четвертому етапі при досягненні найвищого рівня розвитку головна увага суб'єктів господарювання приділяється вже цілісним системам менеджменту.

Зазначимо, що чим вищий рівень ділової досконалості організації, тим вища якість продукції, яка постачається на ринок, вищий ступінь задоволеності клієнтів та інших зацікавлених сторін. Разом з тим, поліпшуються також інші показники: продуктивність праці, соціальність продукції, вплив на довкілля, задоволеність персоналу тощо.

В умовах насиченості ринку та поширення наслідків четвертої промислової революції відбувається переосмислення поведінки лідерів і персоналу підприємств з позицій збереження їх конкурентоспроможності. Про що свідчить щорічний Форум EFQM, який відбувся у Мілані в серпні 2016 р. [7]. Основним лейтмотивом виступів лідерів найуспішніших європейських організацій є:

— операційна досконалість, тобто якісне виконання процесів, стабільне виробництво;

— оцядливе виробництво є загальновідомим трендом, але є недостатньою умовою для успіху на глобальному ринку;

— недостатньо тільки виконувати вимоги зацікавлених сторін, необхідно викликати їх захоплення;

— залучати персонал до вдосконалення та бути для нього джерелом щастя і гордості;

— займатись корпоративною соціальною відповідальністю та активно вибудовувати майбутнє для подальшого розвитку;

— будувати гнучкі системи управління та визнати неминучість непередбачених змін і формувати системи, стійкі до опору.

Разом з тим, слід відзначити можливі притаманні тренди економічного розвитку для України:

— економічний стан вітчизняної економіки є вкрай складним і продовжує погіршуватися;

— ситуація загострюється тим, що при сучасному розвитку світової науки і технологій дедалі жорсткішою стає конкуренція моделей і систем управління. Набирає силу 4-та промислова революція, яка для української економіки, поряд із позитивними аспектами, може мати досить згубні наслідки;

— українські ділові кола недостатньо відповідають вимогам функціонування глобального насичення ринку, їх ділова культура відстає від тієї, що притаманна розвиненим країнам;

— через хибні рішення у сфері якості, ділової досконалості і конкурентоспроможності, які закріплені у ряді державних нормативних документів, вітчизняний бізнес і суспільство в цілому дезорієнтовані;

— уряд, зорієнтований переважно на боротьбу з корупцією, дерегуляцію бізнесу, гармонізацію вітчизняних регламентів і стандартів з європейськими нормами, але при цьому не приділяє належної уваги діловій досконалості та тощо.

Відомо, що держави, які пропагували у підприємницьких колах найсучасніший промисловий та управлінський досвід, перемогли у світовій конкурентній боротьбі. В цих державах органами влади надзвичайно висока увага приділялася узагальненню найкращих підходів і практик в аспекті організації та управління підприємствами. Водночас у нашій країні не робиться акцент на продукції, регламентах і стандартах і не досліджують проблематику ділової досконалості підприємств, від якої в кінцевому рахунку залежить ефективність вітчизняної економіки [8].

Разом з тим, ряд схвалив концепцію розвитку цифрової економіки до 2020 року, яка передбачає перехід від сировинного типу економіки до високотехнологічного виробництва за допомогою ІТ-технологій та комунікацій. Планується за допомогою проектів державно-приватного партнерства за кілька років досягти покриття широко-смугового Інтернету понад 80%. Концепція визначає пріоритетні завдання на найближчі три роки, зокрема:

- розвиток цифрової інфраструктури — широко-смуговий Інтернет повинен бути по всій території України;
- диджиталізація освітніх процесів і стимулювання цифрових перетворень в системі освіти, медицини, екології, безготівкової економіки, інфраструктури, транспорту, громадської безпеки та інше [9].

Задля збереження своєї незалежності Україна має лише один вибір: стати сильною, вдосконалювати свою ділову культуру, сконцентрувавшись на досконалості, як свого часу це зробили Японія, Німеччина та ряд інших розвинутих країн, де ключовим постулатом є вислів: "Чим досконаліше підприємство, тим комфортніше йому у державі", який має стати єдиним для всіх суб'єктів українського ділового світу.

ВИСНОВОК

Отже, диджиталізація спонукає суб'єктів ринкових відносин освоювати "невідомий економічний простір", а відповідна трансформація слугуватиме драйвером проспериті для розвитку інноваційного підприємництва. В свою чергу відповідні тенденції, вимагають вивчення бізнес-моделей новаторського типу і пошуку нових джерел залучення та генерування інтелектуальних ресурсів. Малоімовірно, що корпоративне лідерство, в його сьогоденному прояві, переживе цифрову революцію. Тому потрібно кардинально змінювати управлінські пріоритети та використовувати динамічні можливості, що в свою чергу, дозволить отримати конкурентні переваги на ринках. Тому цифрова революція може стати як утопічною для розвитку інноваційного бізнесу, або передумовою до виживання на ринку, але, на нашу думку, digital — трансформації, зумовлять суб'єктів ринкових відносин до досягнення високого рівня інновацій, компетентностей, ефективності, лідерства та відповідальності — з принципово позитивними результатами для компаній та суспільства.

Література:

1. American Marketing Association. Promotion definition — Dictionary. URL: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=P&dLetter=P#promotion>
2. Антохов А.А. Інноваційний розвиток економіки України через призму зарубіжного досвіду / А.А. Антохов // Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського: зб. наук. праць. — 2015. — № 2 (5). — С. 7.
3. Лук'яненко Д.Г. Імплементация парадигми економіки знань у стратегії національного економічного розвитку / Д.Г. Лук'яненко, О.Д. Лук'яненко, О.С. Дорошенко // Міжнародна економічна політика. — 2013. — № 2 (19). — С. 5—26.

4. Ілляшенко С.М. Перспективи і загрози четвертої промислової революції та їх урахування при виборі стратегії інноваційного зростання / С.М. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2016. — № 1 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016_1_11_21.pdf

5. Шаравара О.О. "Четверта промислова революція": світоглядні ідеї / О.О. Шаравара, Шваб Клаус // Актуальні проблеми філософії та соціології. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.apfs.in.ua/v15_2017/44.pdf

6. Сагайдак М., Лавренюк Н. Використання маркетингових інструментів і цифрових технологій у проєктуванні металургійної продукції / М. Сагайдак, Н. Лавренюк // Маркетинг і цифрові технології. — Т. 1. — № 1. — 2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://mdt-opu.com.ua/files/download/01\(01\).2017.pdf](http://mdt-opu.com.ua/files/download/01(01).2017.pdf)

7. Shvidanenko G.O. Tepluk M.A., Budiaiev M.A. Developing an innovative model of resource efficiency for industry // *Periodyk naukowy Akademii Polonijnej, Czestochowa, Akademia Polonijna w Czestochowie*, 25 (6), s.140 — pp. 19—127.

8. Innerarity D. Power and knowledge: the politics of the knowledge society / D. Innerarity // *European Journal of social theory*. — 2013. — Vol. 16, № 1. — P. 3—16.

9. Хель И. Индустрия 4.0: что такое четвертая промышленная революция? [Електронний ресурс] / И. Хель. — 2015. — Режим доступу: <http://hi/news.ru/business/analitics/industriya/4/0/chto/>

References:

1. American Marketing Association (2018), "Promotion definition", available at: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=P&dLetter=P#promotion>. (Accessed 5 May 2018).
2. Antohov, A.A. (2015), "Innovative development of economy of Ukraine in the light of international experience", *Naukovij visnik MNU im. V.O. Suhomlins'kogo: zb. nauk. prac'*, vol. 2 (5), p. 7.
3. Luk'yanenko, D.H. Luk'yanenko, O.D. and Doroshenko, O.S (2013), "The implementation of the paradigm of the knowledge economy in the strategy of national economic development", *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, vol. 2 (19), pp. 5—26.
4. Ilyashenko, S.M. and Ilyashenko, N.S. (2016), "Prospects and threats of the Fourth Industrial Revolution and their consideration in choosing an innovation growth strategy", *Marketing i menedzhment innovatsiy*, [Online], vol. 1, available at: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016_1_11_21.pdf (Accessed 5 May 2018).
5. Sharavara, O. and Shvab, K. (2017), "The Fourth Industrial Revolution: worldview ideas", *Aktual'ni problemy filosofiyi ta sotsiologiyi*, [Online], available at: http://www.apfs.in.ua/v15_2017/44.pdf (Accessed 5 May 2018).
6. Sagaydak, M. and Lavrenov, N. (2017), "Use of marketing tools and digital technologies in the promotion of metallurgical products", *Marketing and digital technologies*, [Online], vol. 1 (1), available at: [http://mdt-opu.com.ua/files/download/01\(01\).2017.pdf](http://mdt-opu.com.ua/files/download/01(01).2017.pdf) (Accessed 5 May 2018).
7. Shvidanenko, G.O. Tepluk, M. A. and Budiaiev, M.A. (2017), "Developing an innovative model of resource efficiency for industry", *Periodyk naukowy Akademii Polonijnej, Czestochowa, Akademia Polonijna w Czestochowie*, vol. 25 (6), s. 140, pp. 19—127.
8. Innerarity, D. (2013), "Power and knowledge: the politics of the knowledge society", *European Journal of social theory*, vol. 16 (1), pp. 3—16.
9. Khel', Y. (2015), "Industriya 4.0: chto takoe chetvertaya promyshlennaya revolyuciya?" available at: <http://hi/news.ru/business/analitics/industriya/4/0/chto/> (Accessed 5 May 2018).

Стаття надійшла до редакції 05.05.2018 р.