

References:

1. Kravchenko S., Malik M., Shpykuliak O., Diuk A. (2023). Adaptive approach in the system of management and marketing research of business entities in agriculture. *Methods of improving the economy, tourism and management* : collective monograph / Andrushchak I., Chudovets V., Rechun O., etc. International Science Group. USA, Boston: Primedia eLaunch, p. 126-136. DOI: 10.46299/ISG.2023.MONO.ECON.1.3.3. URL: <https://isg-konf.com/methods-of-improving-the-economy-tourism-and-management/>.
2. Malik M., Kravchenko S., Diuk A., Malik L., Nechyporenko M. (2023). Development of micro-entrepreneurs in agriculture in wartime conditions. *Ekonomika APK*. 2023. Vol. 31, №. 2. p. 10-23. URL : <https://eapk.com.ua/uk/journals/tom-30-2-2023/rozvitok-sub-yektiv-mikropidpriyemnitstva-u-silskomu-gospodarstvi-v-umovakh-voyennogo-chasu>.

БАР'ЄРИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙ У КОРПОРАТИВНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

М. М. ЧУЙКО, к.т.н., доц.

О. А. ГОЛОВІН, здобувач ступеня доктор філософії

Українська інженерно-педагогічна академія

Корпоративне підприємництво представляє собою стратегічну ініціативу компанії щодо створення та розвитку інновацій, нових продуктів, послуг або процесів в межах власної структури. Це включає в себе залучення зовнішніх партнерів (тих, хто ще не долучений до діяльності підприємства) та внутрішніх партнерів – працівників компанії, які активно розвивають нові ідеї, запускають проекти та сприяють інноваційному розвитку.

На ринку України превалюють компанії, які розуміють важливість впровадження інновацій, але не мають ефективних та діючих інструментів корпоративних інновацій. Крім того, у воєнний час компанії не готові виділяти на це значущі фінансові або людські ресурси. Сучасні умови вимагають від власників та керівництва значної кількості компаній забезпечення фінансової стабільності бізнесу. Цього вдається досягти за рахунок оптимізації логістичних процесів, штату та роботою за тими напрямками, які пов'язані з найменшим ризиком.

Корпоративні інновації зазвичай розвиваються серед іншої категорії бізнесів: там, де менеджмент зазнає конкурентного тиску, зокрема, «загрози» з боку новіших, гнучкіших і швидших гравців із підризними технологіями та бізнес-моделями.

На сьогодні в нашій країні інновації не завжди розглядаються як основний інструмент довгострокової переваги.

Для того, щоб корпоративні інновації стали стандартною бізнес-практикою, щонайменше 20 % провідних компаній повинні системно працювати з інструментами корпоративних інновацій, задаючи тренд для решти учасників ринку. Представники великого бізнесу зацікавлені в розгляді ідей і співпраці з

малими технологічними командами (стартапами), але процес зближення йде досить повільно і непросто.

Одним із варіантів впровадження інновацій в сталому та стабільному бізнесі може стати інститут партнерства. Синергічно поєднуючи зусилля, власники стартапів та сталого бізнесу зможуть отримати значну перевагу над конкурентами на ринку. При цьому такого синергетичного ефекту можливо досягти не стільки за рахунок формального M&A (merger and acquisition), а за рахунок розбудови саме партнерських відносин, формалізованих в укладання партнерської угоди (корпоративного договору). Укладення такої угоди дозволяє сформулювати нову (оновлену) стратегію розвитку бізнесу, яка буде розкладена на завдання, виконання яких буде покладено у різнострокові плани діяльності.

До основних бар'єрів до впровадження практик відкритих інновацій можна віднести:

- дефіцит якісних проєктів на внутрішньому ринку;
- недостатнє розуміння особливостей роботи стартапів з боку корпорацій;
- неготовність внутрішніх процесів корпорацій для швидкого тестування та інтеграції зовнішніх рішень;
- брак стратегічної підтримки з боку топ-менеджменту;
- відсутність досвідченого і надійного партнера, готового супроводжувати процес пошуку, оцінки та інтеграції рішень стартапів;
- недостатнє розуміння стартапами вимог і внутрішніх процесів корпорацій;
- відсутність інноваційної корпоративної культури;
- точкові пропозиції від стартапів, не прив'язані до технологічних запитів корпорацій.

Корпоративні інновації успішно розвиваються, коли компанії вже пройшли стадію становлення, але при цьому відчують, що умови ринку і зростання конкуренції здатні підірвати їх бізнес і темпи зростання, до яких вони звикли. На вітчизняному ринку багато компаній поки що не готові до ризикованих інвестицій. Великі гравці часто не бачать ризику появи нових гравців, які впливають на їх бізнес. Є й певні законодавчі, правові обмеження, пов'язані з організацією закупівель, виділенням фінансування тощо.

Таким чином, багато українських компаній реалізують різні за цілями та змістом ініціативи корпоративних інновацій, які не є частиною інтегрованого довгострокового плану дій і стратегії. Як і в зарубіжних корпораціях, цей процес ускладнює типова організаційна структура корпорацій, за якої проєкти належать до різних функціональних підрозділів. Україна не має досвіду та усталеної практики розбудови партнерств та укладення партнерських угод, а відносини в середині компаній будуються за законодавством, яке прийнято на ідеях та поглядах сімдесятих років ХХ століття. У частині роботи із зовнішніми інноваціями не вибудовано такі процеси, як єдине вікно для пошуку технологічних рішень із загальними вимогами до вхідних заявок, процедури відбору, пілотування і подальшого масштабування рішень на базі корпорації.