

УДК 334.72:339.9
JEL Classification: M11, O32, F23

DOI: 10.37332/2309-1533.2023.3.16

Баглей Р.Р.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ В МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЯХ

Bahlei R.R.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof.,
associate professor at the department of international economic relations,
West Ukrainian National University, Ternopil

PECULIARITIES OF CORPORATE MANAGEMENT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN INTERNATIONAL COMPANIES

Постановка проблеми. Міжнародний бізнес є найактуальнішим вектором цифрової глобальної економіки. В епоху глобалізації побудова і зміцнення міжнародних відносин стає запорукою успішного розвитку бізнесу. Міжнародний бізнес – це сукупність зовнішньоекономічних відносин, пов'язаних з його плануванням, організацією, виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг та отриманням прибутку. Розвиток глобальних цифрових виробничо-збутових мереж, зміни в фінансовій системі, формування глобальних ринків сприяють зростанню ролі світових компаній. Постійні процеси поглиблення цифровізації посилюють вплив найбільших ТНК, як основних регуляторів світових трансформацій у глобальній економіці. Це відбувається завдяким таким чинникам:

1. Глобалізація. Швидкий розвиток технологій зв'язку і транспорту дозволяє підприємствам легко взаємодіяти та вести бізнес за межами своїх національних кордонів;
2. Цифрова трансформація. Зростання використання цифрових технологій у всіх сферах бізнесу (маркетинг, продажі, логістика, управління) робить його більш доступним і ефективним;
3. Електронна комерція. Розвиток електронної комерції дозволяє компаніям продавати свої товари та послуги по всьому світу через Інтернет, зменшуючи географічні обмеження;
4. Глобальні платформи і ринки. Виникнення глобальних маркетплейсів, таких як Amazon, Alibaba, eBay, дає змогу компаніям швидко займати свої позиції на міжнародних ринках;
5. Доступ до міжнародних ресурсів. Цифрові технології роблять співпрацю та спільну роботу з командами та партнерами з усього світу більш простими та ефективними;
6. Аналіз даних та інтелектуальні технології. Використання аналітики даних, штучного інтелекту та машинного навчання допомагає компаніям зрозуміти свої міжнародні ринки, прогнозувати тенденції та приймати більш обґрунтовані рішення.

Отже, міжнародний бізнес в цифровому середовищі стає важливим і актуальним для підприємств, які прагнуть зростання та розвитку на глобальному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням стратегічного управління інноваційною діяльністю компаній присвячено роботи вчених, таких як: К. Ендрюс, Е. Карлоф, Р. Каплан, У. Кінг, Д. Кліланд, Г. Мінцберг, Д. Нортон, М. Портер, А. Томпсон, Г. Хамель, С. Чандлер. Незважаючи на значний обсяг наукових розробок і публікацій з досліджуваної проблеми, окремі положення теоретичного і методологічного характеру залишилися без урахування уваги вчених. Чимало аспектів визначеної наукової проблеми все ще є спірними, не досить розгорнутими, викликають істотні суперечливі дискусії, зокрема: існуючі підходи щодо раціонального управління інноваційними процесами в корпоративних структурах міжнародного бізнесу.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення основних закономірностей корпоративного управління в міжнародних компаніях на сучасному етапі в умовах глобалізації світового господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Окремі науковці використовують класифікацію, що включає такі види стратегій:

- активна;
- пасивна;
- проактивна;
- реактивна [1].

Інновації, засновані на нових знаннях, і корпоративне управління стають найважливішими

аспектами стратегічного розвитку відповідно до поточних макроекономічних процесів, які можна визначити як перехід до компетентної цифрової міжнародної економіки.

При кінці XX століття окремі країни почали формувати особливі підходи до підтримки інноваційно активних підприємницьких структур, оскільки збереження їхнього стратегічного сталого конкурентоспроможного розвитку визначає і стійкість національного соціально-економічного розвитку.

Інновації як організаційні (реалізовані в бізнес-процесах корпоративної структури), так і технологічні (реалізовані в продукті, що виготовляється корпоративною структурою) на сьогодні є основним чинником і основною умовою конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів у середньо- і довгостроковій перспективі. Від уміння продукувати власні та/або впроваджувати сторонні інновації залежить ринковий успіх корпоративної структури, затребуваність її продукції ринком, успішність подальшого стратегічного розвитку в умовах нестабільного зовнішнього середовища, що рандомно змінюється. Саме тому інноваційно активні підприємства, як правило, більш конкурентоспроможні, ніж підприємства і компанії, що розвиваються в традиційному руслі [2; 3].

Отже, інновацію слід розуміти як новостворений продукт, сукупність компонентів знань і умінь про конкурентоспроможність корпоративної структури та перетворення їх на економічні вигоди.

Активний розвиток цифрових та інформаційних технологій сформував якісно новий ринок – ринок інформаційних послуг, який об'єднує великий сегмент споживачів. Приватні особи, службовці, представники бізнесу, що діють на цьому ринку, націлені на оптимізацію бізнес-процесів, підвищення продуктивності компаній, покращення досвіду ринкової взаємодії на основі постійного використання великих обсягів релевантної інформації. В умовах глобальної економіки питання цифрової трансформації набувають актуальності та потребують досконалого дослідження. На особливу увагу заслуговують процедури створення ефективних систем управління, орієнтованих на ринкові тренди в єдиному інформаційному просторі.

В умовах нової цифрової економіки відбувається зміна запитів і форм споживання. Так, ринкова капіталізація найбільших інтернет-компаній світу станом на червень 2022 року сягнула 7,4 трлн дол США (рис. 1).

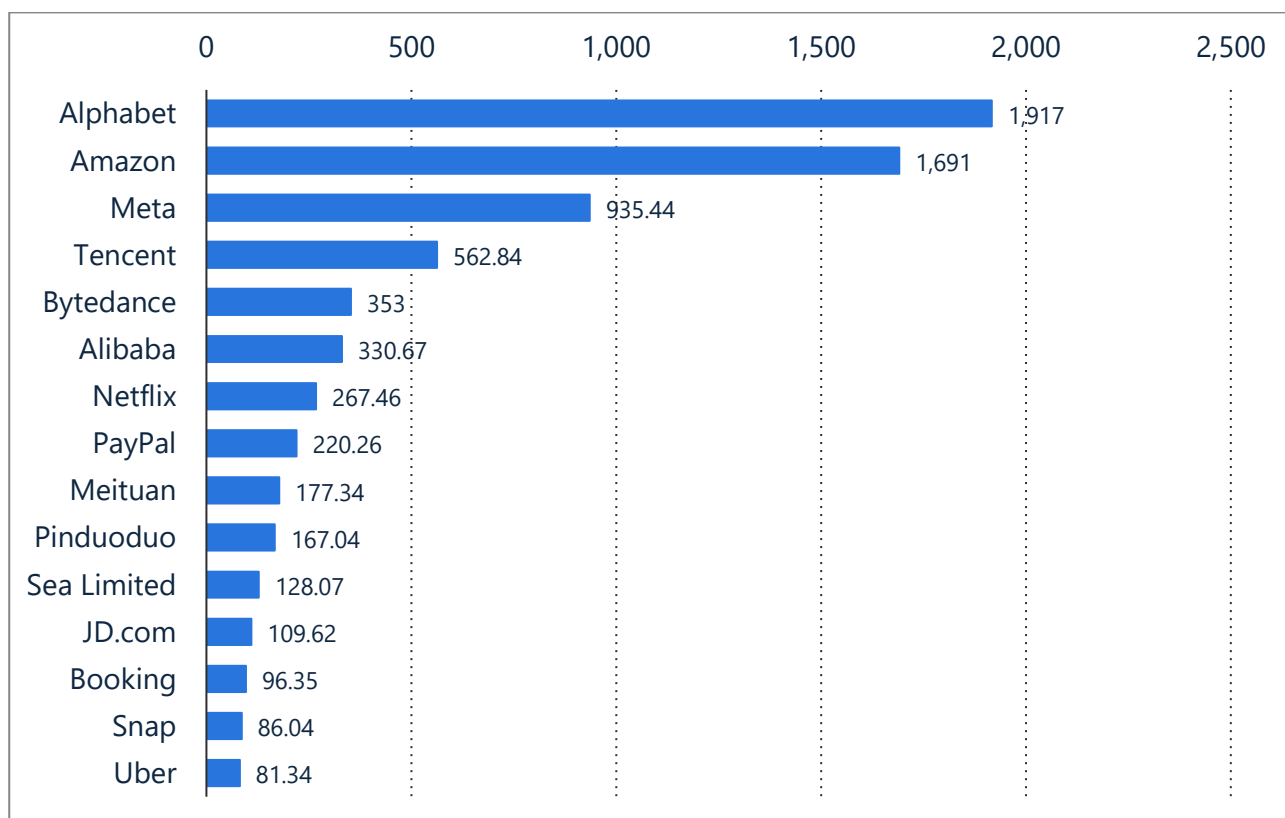


Рис. 1. Ринкова капіталізація найбільших інтернет-компаній світу станом на червень 2022 року

Джерело: [4]

Головною особливістю цифрової трансформації є створення умов для більш комфортної та оперативної взаємодії бізнесу та споживачів. Цифрова трансформація бізнесу передбачає не просто впровадження новітніх інформаційних технологій, а й перегляд корпоративних, ділових, функціональних стратегій, цінностей та орієнтирів управління і моделей розвитку бізнес-організацій загалом. У зв'язку з цим актуалізуються питання вивчення специфіки зміни цінностей та орієнтирів

компаній у процесі цифрової трансформації.

Інноваційна діяльність компанії є основою індустріального розвитку, який спрямований на постійне оновлення всіх сторін бізнесу, на пошук нових способів винаходити, просувати, виробляти, торгувати тощо. 2020 рік породив нові виклики для суспільства та бізнесу. У цих умовах створення, виробництво та управління інноваціями стає життєво необхідним для успішного бізнесу. Водночас в умовах високого рівня цифровізації особливої актуальності набувають дослідження, присвячені корпоративним венчурним фондам, їх вибору об'єктів інвестування та умов фінансування інновацій. Капітал сьогодні виступає не стільки як сукупність засобів виробництва, а як нове бачення світу і процес створення вартості, в якому головним стає вміння бути новатором. Однак, інноваційна продукція, здебільшого, є унікальною і, як наслідок, високоризиковою з погляду інвестиційної ефективності її розроблення та просування на ринок. У зв'язку з цим виникає об'єктивна потреба в такій економічній категорії, як інститут венчурного фінансування, що виступає каталізатором народження і вирощування інноваційних проектів. Інтенсивність інноваційної діяльності характеризує інноваційну активність корпорації.

Цифрові технології можуть стати основою конкурентних переваг нового типу, наприклад, нова якість обслуговування клієнтів за рахунок доступу до глобальних цифрових платформ, отримання доступу до нових баз клієнтських даних і нових технологій. Крім того, підприємства намагаються використовувати всі переваги інноваційного ведення бізнесу: не тільки пропонувати нові продукти і застосовувати нові технології їхнього виробництва, а й змінювати форми і методи ведення бізнесу.

Дослідниками запропоновано таку послідовність етапів (фаз) цифрової трансформації бізнес-моделі:

1) Digital Reality (цифрова реальність): наявна бізнес-модель компанії оцінюється разом з аналізом доданої вартості, при цьому вивчаються інтереси зацікавлених сторін і потреби клієнтів. Це забезпечує розуміння цифрової реальності для цієї компанії в різних сферах;

2) Digital Ambition (цифрова амбіція): на основі цифрової реальності визначаються основні цілі цифрової трансформації в контексті часу, фінансів, простору та якості. Цифрова амбіція постулює, які саме цілі слід враховувати для конкретної бізнес-моделі та її елементів, як упорядкувати пріоритетність цілей і розмір бізнес-моделі;

3) Digital Potential (цифровий потенціал): встановлюються найкращі практики та активатори розвитку цифрової трансформації. Це слугує відправною точкою дизайну майбутньої бізнес-моделі. Усі елементи бізнес-моделі мають бути логічно поєднані між собою;

4) Digital Fit (цифрова адаптація): відбувається аналіз варіантів дизайну цифрової бізнес-моделі, проводять їхнє оцінювання та порівняння з наявною бізнес-моделлю, оцінюють можливі комбінації елементів дизайну;

5) Digital Implementation (цифрова реалізація): має місце впровадження розробленої цифрової бізнес-моделі. При цьому триває розробка цифрового досвіду клієнтів і цифрової мережі створення вартості, яка описує інтеграцію з партнерами. Також на цьому етапі визначаються ресурси та можливості [5].

Як свідчать дані, внаслідок пандемії COVID-19 у міжнародній економіці відбулося зміцнення капіталізації та прибутковості міжнародних компаній, котрі відіграють істотну роль в інноваційних розробках. Ринкова капіталізація публічних компаній протягом 2021–2022 років знизилася на трильйони доларів, довіра інвесторів зменшилася, а тиск витрат вплинув на смаки споживачів (табл. 1–2).

Таблиця 1

Список топ-10 інноваційних корпорацій у 2021 році

Рейтинг	Назва компанії	Країна	Сектор	Ринкова капіталізація
1	Apple	США	Технології	2,1 трлн дол США
2	Saudi Aramco	Саудівська Аравія	Енергетика	1,9 трлн дол США
3	Microsoft CORP	США	Технологія	1,8 трлн дол США
4	Amazon	США	Споживча торгівля	1,6 трлн дол США
5	Alphabet	США	Технологія	1,4 трлн дол США
6	facebook	США	Технологія	839 млрд дол США
7	Tencent	КНР	Технологія	753 млрд дол США
8	Tesla	США	Електроавтомобілі	641 млрд дол США
9	Alibaba	КНР	Споживча торгівля	615 млрд дол США
10	Berkshire Hathaway	США	Фінансові операції	588 млрд дол США

Джерело: [6]

Таблиця 2

Список топ-10 інноваційних корпорацій у 2022 році

Рейтинг	Назва компанії	Країна	Сектор	Ринкова капіталізація
1	Apple	США	Технології	2,3 трлн дол США
2	Microsoft	США	Технології	1,9 трлн дол США
3	Saudi Aramco	Саудівська Аравія	Енергетика	1,8 трлн дол США
4	Alphabet	США	Технології	1,2 трлн дол США
5	Amazon	США	Споживча торгівля	924 млрд дол США
6	Berkshire Hathaway	США	Фінансові операції	686 млрд дол США
7	Tesla	США	Електроавтомобілі	522 млрд дол США
8	UnitedHealth Group	США	Охорона здоров'я	510 млрд дол США
9	Johnson & Johnson	США	Охорона здоров'я	465 млрд дол США
10	Visa	США	Виробництво	454 млрд дол США

Джерело: [7]

Значна частина найбільших світових компаній зазнали різкого скорочення ринкової частки. Проте декілька компаній у ключових секторах продемонстрували позитивне зростання протягом 2021–2022 років. Сьогодні Apple є найдорожчою компанією у світі з оцінкою у 2,3 трлн США.

Незважаючи на технологічний спад 2022 року, спричинений зростанням відсоткових ставок та уповільненням продажів, Apple зберегла своє перше місце. Значною мірою це сталося завдяки рекордним доходам і здоровому споживчому попиту на iPhone, які приносять близько половини загального доходу компанії. Слідом за Apple йде Microsoft. На відміну від Apple, Microsoft зіткнулася з повільнішим зростанням прибутків протягом року через нижчий попит на персональні комп'ютери та виснажливий вплив сильного долара США. Загалом, близько 50 % продажів компанії відбувається за кордоном [7].

Отже, в клубі міжнародних компаній з ринковою капіталізацією в трильйон доларів залишилося лише чотири компанії станом на 2022 рік. Це свідчить про високий ступінь залежності інноваційного розвитку світової економіки від інноваційної діяльності міжнародних корпорацій.

Корпоративні інновації включають в себе широкий спектр інструментів та методів, які допомагають підприємствам створювати та впроваджувати нові ідеї, продукти, процеси та послуги. Так, на думку І. Ю. Єпіфанової: «...перспективним напрямом активізації інноваційної стратегії є впровадження стратегічних карт та системи збалансованих показників» [8, с. 37]. Варто погодитися з міркуванням З. В. Юринець: «...що формування, планування й організація інноваційної стратегії відбувається одночасно чи послідовно на кількох рівнях стратегічного управління: корпоративному, бізнес-одиниць, функціональному» [9, с. 290].

Деякі з найбільш поширених інструментів корпоративних інновацій включають:

1. Інноваційні лабораторії та центри досліджень і розробок. Спеціально створені внутрішні підрозділи або партнерства із зовнішніми установами, які займаються розвитком нових технологій, продуктів і послуг;

2. Інкубатори та акселератори стартапів. Програми, які надають фінансову підтримку, експертні знання та ресурси для розвитку молодих технологічних компаній;

3. Хакатони та інноваційні змагання. Змагальні заходи, під час яких групи людей працюють разом над вирішенням конкретних проблем або створенням нових ідей;

4. Методології дизайну мислення (Design Thinking). Підхід до інновацій, що ставить акцент на співпрацю, емпатію та ітеративний процес розвитку ідей;

5. Методи Agile та Scrum. Гнучкі методи розробки програмного забезпечення, які також можуть бути використані для управління проектами з розробки нових продуктів;

6. Системи управління інноваціями (Innovation Management Systems). Спеціальні програмні рішення для управління процесом інновацій, включаючи збір ідей, їх оцінювання, розвиток та впровадження;

7. Команди Cross-Functional (міжфункціональні команди). Групи працівників з різних відділів або функціональних груп, що співпрацюють над спільними проектами;

8. Системи внутрішнього підприємництва (Intrapreneurship Programs). Програми, що стимулюють працівників до пошуку та впровадження нових ідей прямо всередині підприємства;

9. Системи збору та аналізу даних (Big Data Analytics). Використання аналізу великих обсягів даних для виявлення тенденцій, виявлення нових можливостей та прийняття рішень.

Ці інструменти можуть використовуватися окремо або в поєднанні для створення ефективної стратегії інноваційного розвитку в компанії.

Отже, інноваційна діяльність дедалі більше привертає увагу зарубіжних корпорацій, оскільки саме інновації є найключовішими чинниками підвищення їхньої конкурентоспроможності. Дослідження та розробки міжнародного бізнесу стратегії інноваційної діяльності дають змогу сформувати технологічну політику зарубіжних корпорацій відповідно до ринкової позиції та завдань розвитку. Відповідно, технологічна політика визначається значною кількістю чинників, а її реалізація пов'язана із взаємодією учасників, які мають різні, часом протилежні інтереси. Саме тому для зарубіжних корпорацій важливими є управлінські технології, які дають змогу поєднувати глобальний підхід із задоволенням локальних інтересів, і саме цій меті слугують альтернативні шляхи технологічного розвитку та моделі вибору місць розміщення, а також методи планування та фінансування міжнародних НДДКР.

Висновки з проведеного дослідження. Загалом можна визначити, що ключовими факторами стимулюючого впливу міжнародних корпорацій на інноваційний розвиток світової економіки є:

- створення інноваційних кластерів міжнародними корпораціями на території приймаючої країни;
- трансфер інновацій, високих технологій та інноваційних процесів міжнародними корпораціями на території приймаючої країни;
- залучення та навчання фахівців приймаючої країни міжнародними корпораціями;
- збільшення припливу прямих іноземних інвестицій міжнародними корпораціями в інноваційний розвиток приймаючої країни.

Ці чинники багато в чому формують якісні інноваційні комплекси в країнах, які дали змогу окремим державам значною мірою підвищити рівень інноваційного розвитку таких країн, як Південна Корея, Індія, Сингапур, Тайвань, Туреччина, В'єтнам, Малайзія і Таїланд.

Література

1. Dodgson M., Gann D., Salter A. The management of technological innovation: Strategy and practice. Oxford : Oxford University Press, 2008. 402 p.
2. Davenport T. H. The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign. *Sloan Management Review*. 1990 (Summer). P. 11-27.
3. Porter M., Millar V. How Information Gives You Competitive Advantage. *Harvard Business Review*. 1985. № 85 (July – August). P. 149-160.
4. Market capitalization of the largest internet companies worldwide as of June 2022. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/> (дата звернення: 02.08.2023).
5. Shallmo D., Christopher A. W., Boardman L. Digital transformation of business models – best practice, enablers and roadmap. *International Journal of Innovation Management*. 2017. Vol. 21(08). P. 1-17.
6. Ross J. The Biggest Companies in the World in 2021. URL: <https://www.visualcapitalist.com/the-biggest-companies-in-the-world-in-2021> (дата звернення: 02.08.2023).
7. Neufeld D. Ranked: The 100 Biggest Public Companies in the World. URL: <https://www.visualcapitalist.com/biggest-public-companies-in-the-world-2022> (дата звернення: 02.08.2023).
8. Єпіфанова І. Ю. Формування інноваційних стратегій промислових підприємств у сучасних умовах. *Підприємництво та інновації*. 2020. Випуск 13. С. 33-39.
9. Юринець З. В. Формування інноваційних стратегій: теорія, методологія, практика : монографія. Львів : СПОЛОМ, 2016. 412 с.

References

1. Dodgson, M., Gann, D. and Salter, A. (2008), The management of technological innovation: Strategy and practice, Oxford University Press, Oxford, UK, 402 p.
2. Davenport, T.H. (1990), "The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign", *Sloan Management Review*, (Summer), pp. 11-27.
3. Porter, M. and Millar, V. (1985), "How Information Gives You Competitive Advantage", *Harvard Business Review*, no. 85 (July – August), pp. 149-160.
4. Statista (2022), Market capitalization of the largest internet companies worldwide as of June 2022, available at: <https://www.statista.com/> (access date August 02, 2023).
5. Shallmo, D., Christopher, A.W. and Boardman, L. (2017), "Digital transformation of business models – best practice, enablers and roadmap", *International Journal of Innovation Management*, Vol. 21(08), pp. 1-17.
6. Ross, J. The Biggest Companies in the World in 2021, available at: <https://www.visualcapitalist.com/the-biggest-companies-in-the-world-in-2021> (access date August 02, 2023).
7. Neufeld, D. (2022), Ranked: The 100 Biggest Public Companies in the World, available at: <https://www.visualcapitalist.com/biggest-public-companies-in-the-world-2022> (access date August 02, 2023).
8. Yepifanova, I.Yu. (2020), "Formation of innovative strategies of industrial enterprises in modern conditions", *Pidpryemnytstvo ta innovatsii*, Issue 13, pp. 33-39.
9. Yurynets, Z.V. (2016), *Formuvannia innovatsiinykh stratehii: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Formation of innovative strategies: theory, methodology, practice], monograph, SPOLOM, Lviv, Ukraine, 412 p.