

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СТРУКТУР

©2021 БУТ-ГУСАІМ О. Г.

УДК 316
JEL: M21; O31

Бут-Гусаїм О. Г. Стратегії інноваційного розвитку бізнес-структур

Дана стаття присвячена дослідженню стратегій інноваційного розвитку бізнес-структур. Мета статті – розроблення класифікації стратегій інноваційного розвитку різних бізнес-структур. У роботі розкрито сутність стратегії інноваційного розвитку з урахуванням трьох підходів. Зроблено висновки щодо сутності стратегії інноваційного розвитку бізнес-структур. За результатами критичного аналізу літератури здійснено класифікацію діючих бізнес-структур та визначено основні напрями стратегічного інноваційного розвитку. У дослідженні виділено два ключові напрями стратегічного інноваційного розвитку, які базуються на активній та пасивній позиціях. Активна інноваційна стратегія передбачає використання нових технологій, які до цього часу не були використані на ринку. Даної стратегії можуть дотримуватися всі без винятку бізнес-структури, однак залежно від їх виду досягнення мети буде складнішим чи легшим. Зокрема, бізнес-структури з неодноосібною формою власності мають більше шансів втриматися на ринку із використанням активних інноваційних стратегій. Водночас бізнес-структури, які формуються однією особою, будуть відчувати значно більше труднощів при реалізації активних інноваційних стратегій на ринку. Іншим видом стратегії є пасивна (наслідувальна), яка полягає не в розробленні нових технологій, а у використанні вже розроблених. Основним концептуальним завданням при побудові такої стратегії є вивчення ринку, конкурентних переваг і недоліків готових інноваційних технологій – для того, щоб вийти на ринок із аналогічним, однак більш адаптованим до ринку рішенням. Можна впевнено говорити, що розвинені бізнес-структури можуть легше реалізувати наслідувальну стратегію, оскільки вона вимагає швидкої реакції та розробок, більш раціональних рішень, що пов'язано із використанням більшої кількості ресурсів. Однак, незважаючи на це, інновації – це єдиний спосіб вийти на ринок з унікальним продуктом і утриматися на ньому, оскільки вони не залежать від розмірів підприємства, його фінансів чи кількості персоналу.

Ключові слова: інновації, бізнес-структура, стратегія інноваційного розвитку.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-7-49-55>

Рис.: 1. **Табл.:** 4. **Бібл.:** 15.

Бут-Гусаїм Олександр Геннадійович – аспірант кафедри менеджменту зовнішньої економічної та інноваційної діяльності, Одеський національний політехнічний університет (просп. Шевченка, 1, Одеса, 65044, Україна)

E-mail: Alexandr.but.gusaim@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1920-3890>

UDC 316
JEL: M21; O31

But-Gusaim O. H. Strategies for Innovative Development of Business Structures

This article is concerned with researching the strategies for innovative development of business structures. The article is aimed at developing a classification of strategies for innovative development of various business structures. The publication discloses the essence of the innovation development strategy, taking into account three approaches. Conclusions have been drawn on the essence of the strategy for innovative development of business structures. According to the results of the critical analysis of the literature, the classification of existing business structures was carried out and the main directions of strategic innovative development were determined. The research highlights two key areas of strategic innovation development based on active and passive positions. An active innovative strategy involves the use of new technologies that have not yet been used in the market. This strategy can be followed by all business structures without exception, but depending on their type, achieving the goal will be more difficult or easier. In particular, business structures with a mixed form of ownership are more likely to stay in the market using active innovative strategies. At the same time, business structures formed by one person will experience much more difficulties in implementing active innovative strategies in the market. Another type of strategy is passive (imitation), which consists not in the development of new technologies, but in the use of already developed ones. The main conceptual task in building such a strategy is to study the market, competitive advantages and disadvantages of completed innovative technologies in order to enter the market with a similar but more market-adapted solution. We can confidently say that developed business structures can more easily implement the imitation strategy, since it requires a quick reaction and development, more rational solutions, which is associated with the use of more resources. However, despite this, innovation is the only way to enter and hold on to the market with a unique product, since they do not depend on the size of the enterprise, its finances or the number of personnel.

Keywords: innovations, business structure, innovation development strategy.

Fig.: 1. **Tabl.:** 4. **Bibl.:** 15.

But-Gusaim Oleksandr H. – Postgraduate Student of the Department of Management of Foreign Economic and Innovation Activity, Odesa National Polytechnic University (1 Shevchenka Ave., Odesa, 65044, Ukraine)

E-mail: Alexandr.but.gusaim@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1920-3890>

В умовах обмежених ресурсів рішення проблеми пошуку різних шляхів і можливостей збільшення обсягу продажу та зростання прибутку при найменших затратах можливе тільки завдяки інноваційному підходу до виробництва, маркетингу,

іншим напрямом діяльності підприємства. Обґрунтована обрана та, відповідно, змістовно наповнена стратегія є запорукою тривалого успіху будь-якого підприємства та засобом, який забезпечує конкурентну стійкість на ринку. Однак залежно від різних

видів бізнес-структур визначаються різні стратегії, які можуть здійснюватися в абсолютно різних напрямках, однак мають спільні риси та характеристики, зважаючи на позиції підприємства на ринку. Поведінка бізнес-структури в напрямі побудови стратегії інноваційного розвитку формує поле дослідження та визначає його мету.

Метою дослідження є розроблення класифікації стратегій інноваційного розвитку різних бізнес-структур.

На сьогодні питання стратегій інноваційного розвитку є широко досліджуваними як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками, а саме: А. О. Трифолова, Г. Я. Голдштейн, М. І. Лапін, А. Ф. Медведева, С. Д. Ільєнкова, А. В. Шаборкіна, С. А. Попов досліджували інноваційні стратегії в розрізі різних галузей і форм бізнес-структур. Усі дослідження здійснюються в напрямі діяльності підприємств певної галузі, а тому поточне дослідження містить узагальнюючий характер щодо класифікацій стратегій інноваційного розвитку.

Питання стратегій інноваційного розвитку бізнес-структур слід розглядати послідовно, подаючи визначення стратегії інноваційного розвитку, особливості бізнес-структур і видів стратегій інноваційного розвитку, які використовуються різними бізнес-структурами.

Інноваційна діяльність здійснюється не сама по собі. Вона будується відповідно до розроблення загальної стратегії організації та навіть не виділяється в окремий напрям. На сьогоднішній день різні дослідники по-різному трактують поняття стратегії інноваційного розвитку.

Такі автори, як А. О. Трифолова [1] та Г. Я. Голдштейн [2] вважають, що стратегія інноваційного розвитку є результатом об'єднання теоретичних напрацювань у сфері інноваційного та стратегічного менеджменту. Тобто дані автори визначають важливість теоретичної основи, вивчення технологій, сучасних тенденцій і напрямів розвитку, а тільки на основі оцінювання найбільш оптимальних напрямів здійснюється апробація дослідження.

М. І. Лапін [3], А. І. Архіпова та А. Ф. Медведева [4] вважають, що стратегія інноваційного розвитку здійснюється для того, щоб мінімізувати кількість інноваційних ризиків. Будь-який інноваційний проект визначається чи не найбільшим ризиком, оскільки порівняти із минулими роками успіх його здійснення неможливо. Жоден стратег, менеджер чи економіст не може дати гарантію, що у випадку інноваційного розвитку підприємства воно зможе стати прибутковим чи виконувати інші важливі цілі та місію, яка стоїть перед підприємством.

Натомість С. Д. Ільєнкова [5], М. П. Макаркин і А. В. Шаборкіна [6] сприймають стратегію інноваційного розвитку як комплекс довгострокової інно-

ваційної діяльності, тобто роблять акцент на тому, що стратегічний розвиток відбувається впродовж багатьох років.

Своєю чергою, В. Д. Бакуменко і С. А. Попов [7] вважають, що стратегія інноваційного розвитку визначається як елемент інноваційної діяльності та є атрибутом її результативності та ефективності. Можна з упевненістю говорити про те, що стратегії інноваційного розвитку будуть змінюватися відповідно до їх цілей, замовників та організацій, в яких вони будуть імплементуватися. Кожен будує стратегію згідно з власними цілями, при цьому ці стратегії будуть різними залежно не тільки від сфери діяльності, але навіть і від організаційно-правової форми підприємства. У будь-якому випадку, узагальнюючим напрямом інноваційного стратегічного розвитку є напрям діяльності певної бізнес-структури, або навіть бізнес-моделі.

Однак з позиції першого підходу до визначення сутності стратегії інноваційного розвитку можна говорити, що вона точно здійснюється в тому ж напрямі, що і загальна стратегія, включає функціональні завдання організації. Основними цілями таких стратегій є вдосконалення ефективності діяльності підприємства та підвищення його конкурентоздатності [8].

Що стосується визначення бізнес-структур, то єдиної думки в науковців немає. Поняття є широко вживаним, однак його використовують по-різному: зокрема К. Вівек вважає, що бізнес-структура – це структура бізнес-процесів, що відбуваються на підприємстві, до яких належать: організація бізнес-моделі, взаємозв'язки з клієнтами, персоналом, закупівлі та продажі. Це структура, що включає питання логістики, фінансів, управління кадрами тощо [9].

Натомість А. Ерлангер вважає, що бізнес-структури – це різні види підприємств у розрізі за їх формами господарювання. Зокрема, існує велика кількість бізнес-структур, починаючи від фізичних осіб – підприємців, приватних підприємств, товариств з обмеженою відповідальністю та закінчуючи різними формами транснаціональних компаній, до яких відносяться інтегровані компанії, метакорпорації тощо [10].

Інші автори не звертають увагу на організаційно-правову форму власності, говорячи про бізнес-структури, однак класифікують їх за видами діяльності підприємств незалежно від їх розміру чи форми власності [11].

На нашу думку, говорячи про стратегії інноваційного розвитку бізнес-структур, найбільш доречно розглядати поняття бізнес-структури за моделлю бізнесу, оскільки саме вона визначатиме вибір інноваційної стратегії.

Планування інноваційної діяльності залежить від загальної стратегії діяльності підприємства. Побудова будь-якої стратегії має здійснюватися відпо-

відно до бізнес-моделі не тільки досліджуваного підприємства, але і зовнішнього середовища, зокрема споживачів, ринку та макроекономічних чинників. У процесі побудови інноваційної стратегії слід будувати загальну та функціональну інноваційну стратегію.

Загальна стратегія передбачає визначення мети, сферу діяльності, стратегічну діагностику середовища, в якому буде функціонувати підприємства. На етапі побудови стратегії визначаються стратегічні цілі та основні планові показники. За результатами поглибленого аналізу ринку, а також визначення привабливості певних сегментів ринку визначаються ключові напрями, в яких буде розвиватися підприємство із використанням інноваційних підходів. Функціональні інноваційні стратегії пов'язані з різними видами діяльності підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Види інноваційних стратегій, які використовуються бізнес-структурами

Будь-яка стратегія повинна будуватися на основі задоволення потреб споживачів. Це головна ціль, якої підприємство повинно дотримуватися постійно. І тільки задоволений споживач дозволить розуміти, в якому напрямку необхідно вдосконалювати діяльність таким чином, щоб вона стала вигідною для власників бізнес-структур.

Усі стратегії розвитку можуть бути активні або пасивні. Це ж стосується й інноваційних стратегій. Активні мають наступальний характер, а пасивні або адаптивні обираються залежно від життєвого циклу компанії або продукту, щодо якого створюється інноваційна стратегія.

Сучасні вітчизняні науковці [12] виділяють два загальні напрями побудови інноваційної стратегії. Активна стратегія будується на основі створення но-

вого продукту, який не має аналогів на ринку, а пасивна стратегія будується на основі швидкого наздоганяння лідера. Останні стратегії реалізують підприємства, які мають можливість спостерігати за своїми успішними конкурентами, а тому основною метою їх розроблення є пошук слабких сторін і недоліків у діяльності конкурентів та робота над створенням такого продукту, який би мав значно більше переваг, ніж у лідируючого конкурента.

Окрім того, існує ряд функціональних стратегій, до яких можна віднести маркетингову, виробничу, фінансову, кадрову, інвестиційну тощо. Всі вони можуть здійснюватися з інноваційними підходами, однак не можуть існувати без загальної інноваційної стратегії. Функціональна інноваційна стратегія, яка будується в розрізі видів діяльності, створює взаємопов'язану стратегію, яка поєднує всі нові технології, що використовуються в різних сферах діяльності підприємства. Такі стратегії можуть бути направлені на вдосконалення асортименту продукції, скорочення витрат, зниження негативного впливу на навколишнє середовище тощо.

Побудова інноваційних стратегій повинна зумовлюватися економічною необхідністю, інновації мають бути вигідними для підприємства, тобто в кінцевому результаті вони повинні принести або додатковий прибуток, або інші необхідні блага для підприємства [13, с. 55–56].

Провівши дослідження літератури щодо видів стратегій інноваційного розвитку, можна скласти класифікацію інноваційних стратегій (табл. 1).

На сьогодні в Україні найбільш поширеними є три види бізнес-структури: фізичні особи – підприємці, приватні підприємства та товариства з обмеженою відповідальністю.

Станом на початок 2019 р. в Україні було зареєстровано 1 298 435 господарських юридичних одиниць [14]. Найбільше зареєстровано Товариств з обмеженою відповідальністю – 632 231 осіб [14]. Приватних підприємств в Україні зареєстровано близько 199 990 осіб. Що стосується приватних підприємців, то їх кількість складає 1 885 900 осіб [15].

Усі ці підприємства мають різні бізнес-структури, різні види діяльності та різні ступені інноваційності. Ми не можемо розглянути всі види бізнес-структур за всіма видами діяльності чи бізнес-моделями, однак можна класифікувати бізнес-структури за розміром і формою власності, що дозволить дослідити, в яких масштабах господарські одиниці готові до побудови інноваційних стратегій.

Перш за все, здійснимо короткий порівняльний огляд бізнес-структур між собою (табл. 2).

Отже, розуміючи під інноваційною стратегією ту чи іншу модель поведінки підприємства при певних умовах ринку, можна в цілому виділити два види стратегій, які за своїм характером визначаються як

Класифікаційні ознаки інноваційних стратегій

Класифікаційна ознака	Види стратегій	Характеристика
За рівнем проникнення стратегії	Загальна	Характеризує загальний напрям інноваційного розвитку компанії
	Функціональна	Характеризує інноваційний розвиток за кожним елементом діяльності
По відношенню до створення продукту	Наступальна	Характеризується розробленням нових продуктів
	Адаптивна	Характеризується оцінюванням середовища й адаптацією до нього
По відношенню до завоювання ринку	Активна	Технологічні інновації дозволяють працювати на випередження ринкових тенденцій
	Пасивна	Фокусування на ринкових тенденціях і створення стратегій, спрямованих на пристосування до них
Залежно від стадії розроблення	Розробки	Теоретична стратегія, яка будується на основі аналізу теоретичних і фактичних даних до початку її реалізації
	Імплементатії	Стратегія будується на впровадженні планових процесів у виробничі з урахуванням поточного стану
	Горизонтальна	Стратегія націлена на збільшення асортименту чи видів діяльності
	Вертикальна	Стратегія на кожному етапі виробничого процесу
Залежно від ширини аудиторії	Віолентна	Продукція, що орієнтується на типового користувача, характеризується середніми та низькими цінами та помірною якістю
	Патієнтна	Характеризується випуском лімітованої продукції, що орієнтується на платоспроможного користувача, можливе виконання робіт під замовлення

Джерело: систематизовано автором.

Таблиця 2

Порівняння бізнес-структур між собою

Чинник	Приватне підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю	Фізична особа – підприємець
Окрема юридична організація	Так	Так	Ні
Обмежена ділова відповідальність власників бізнесу (в масштабах бізнесу)	Так	Так	Ні
Необмежене використання бізнес-структури навіть після смерті засновника	Так	Так	Ні
Можливість розширення та збільшення капіталу	Легка	Середня складність	Складно
Податкова ефективність	Ефективне оподаткування, спрощена система оподаткування. Можливе використання податку на прибуток	Ефективне оподаткування, спрощена система оподаткування. Можливе використання податку на прибуток	Спрощена система оподаткування. Використовуються ставки особистого оподаткування
Можливість передачі прав власності	Легка	Середня складність	Складно
Ділова репутація	Помірна	Висока	Низька
Адміністративне обслуговування	Помірне	Помірне	Просте
Можливість зміни ділової структури	Помірна	Помірна	Проста

Джерело: систематизовано автором.

активні та пасивні. Вибір тих чи інших моделей залежить від бізнес-структури та рівня її інноваційності.

Перший вид стратегій є більшою мірою технологічний, він заснований на реакціях на зміну зовнішнього середовища шляхом постійного введення технічних інновацій. Ті підприємства, що обирають активні стратегії, роблять ставку на використання нових технологій та ідей. Якщо говорити про види бізнес-структур, які можуть використовувати дані стратегії, то вони всі є різними. Зокрема, фізична особа – підприємець досить часто виходить на ринок із новим товаром, який за своєю суттю і є інноваційним виробничим рішенням. Це стосується тих товарів, які зроблені власноруч, або є невеличкими технологічними стартапами. Сьогодні, в умовах активного розвитку електронних сервісів, такі інноваційні рішення приймаються досить часто з боку саме дрібних підприємств. Коли стратегія є успішною, вона виходить за рамки одноосібного та малого бізнесу й орієнтується на зростання та вихід на міжнародні ринки. Що стосується приватних підприємств – юридичних осіб, то в цілому тут ситуація є аналогічною із ситуацією фізичних осіб. Ті компанії, що виходять на ринки з новими товарами та сервісами, помітно виділяються серед конкурентів і мають шанси стати успішними за умови достатніх інвестицій у розвиток. Однак вибір такої активної стратегії малими компаніями та одноосібними підприємствами має великий ризик на шляху стратегічного розвитку. Як тільки цікава ідея з'являється на ринку та її позитивно сприй-

має споживач, відразу з'являються компанії-аналоги, які досить часто мають більше ресурсів або вміють їх оперативно залучати зі сторони. Вони, використовуючи стратегії наслідування, використовують такі ідеї та розвиваються більш стрімкими темпами.

Принципова відмінність між стратегією лідера та наслідувача полягає у використанні нових чи вже використаних технологій. По факту можна зробити висновок про те, що розвивати нові технології малому бізнесу не вигідно, оскільки через брак ресурсів він швидко може бути витісненим конкурентами, що підготують аналоги та матимуть більше коштів для просування продукції. Є сенс займати позицію лідерства і початківцям – великим компаніям, які мають достатньо ресурсів, а тому сьогодні ідея інноваційного підприємництва переосмислюється підприємцями, вони намагаються знайти інвестора або скооперуватися з великими компаніями для того, щоб не бути витісненими з ринку (табл. 3).

Що стосується пасивних, або маркетингових, інноваційних стратегій, то вони представляють собою нові технології продажу. Тобто новий продукт не створюється, однак використовує нові методи впливу на споживача. Такі стратегії засновані на пошуку нових сегментів ринку й адаптації продукту під запити. При виборі пасивної інноваційної стратегії постійні нововведення у збуті здійснюються відповідно до змін ринку (табл. 4).

Таблиця 3

Порівняння активних інноваційних стратегій у різних бізнес структурах

Чинник	Приватне підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю	Фізична особа – підприємець
Вирішення фінансових проблем	Середня складність отримання фінансових ресурсів	Відносна легкість отримання фінансових ресурсів	Складність отримання фінансових ресурсів
Вирішення кадрових проблем	Середні складності у формуванні команди	Легкий пошук кадрів, готових для реалізації ідеї	Проблеми із пошуком персоналу
Розроблення прототипу	Складний процес, який може вирішуватися шляхом спільного інвестування	Можливе залучення додаткових фінансових ресурсів	Складний процес, фінансується за власні кошти
Реалізація ідеї	Можливе пришвидшення реалізації ідеї	Швидка реалізація ідеї	Реалізація ідеї відбувається довго
Ризики виходу на ринок	Є ризики перехоплення ідеї на середній стадії реалізації	Продукт може досить довго не містити аналогів на ринку	Є ризики перехоплення ідеї на ранніх стадіях реалізації
Маркетинг	Маркетингова політика середньої активності	Активна маркетингова політика	Неактивна маркетингова політика
Залучення ділових партнерів	Середньої складності	Легке	Складне
Можливість реалізації оборонної стратегії	Середньої складності	Легка	Складна

Джерело: систематизовано автором.

Порівняння пасивних інноваційних стратегій у різних бізнес-структурах

Чинник	Приватне підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю	Фізична особа – підприємець
Використання фінансових ресурсів	Можливе витіснення конкурентів при кооперації з інвесторами чи партнерами	Легке отримання фінансових ресурсів для створення кращих товарів чи сервісів	Не має достатньо ресурсів, щоб витіснити конкурентів
Оцінювання ринків	Теоретичне	Можливе як теоретично, так і практично	Теоретичне
Пошук конкурентних недоліків та можливостей їх використання на свою користь	Теоретичний	Можливий як теоретично, так і практично	Теоретичний
Використання нових технологій продажу	Залежно від рівня інноваційності – від неможливого до можливого	Залежно від рівня інноваційності – від неможливого до можливого	Залежно від рівня інноваційності – від неможливого до можливого

Джерело: систематизовано автором.

ВИСНОВКИ

Будь-яка інноваційна стратегія відбувається відповідно до економічних, фінансових і трудових можливостей. Однак інноваційність сама по собі є таким результатом праці, яка може створити корисний продукт без значних інвестувань фінансових ресурсів. Саме тому інноваційні стратегії доступні для будь-яких бізнес-структур, незалежно від їх розміру. Проте можна точно говорити, що наявність фінансових, матеріальних і трудових ресурсів тільки сприяють інноваційному розвитку, водночас обмеженість ресурсів зупиняє їх, але, з іншого боку, створює передумови для виникнення нових ідей, концептів та, як результат, – інноваційних процесів господарської діяльності.

Незважаючи на широке різноманіття стратегій інноваційного розвитку, можна виділити два ключові напрями стратегічного інноваційного розвитку, які базуються на активній і пасивній позиції бізнес-структур. Це активна та пасивна інноваційна стратегія.

Активна інноваційна стратегія передбачає використання нових технологій, які до цього часу не були використані на ринку. Даної стратегії можуть дотримуватися всі без винятку бізнес-структури, проте залежно від їх виду досягнення мети буде складнішим чи легшим.

Пасивна (наслідувальна) стратегія полягає не в розробленні нових технологій, а у використанні вже розроблених. Такі стратегії більшою мірою орієнтовані на маркетинг, ніж на виробничу діяльність. Основним концептуальним завданням при побудові такої стратегії є вивчення ринку, конкурентних переваг і недоліків готових інноваційних технологій для того, щоб вийти на ринок із аналогічним, однак більш адаптованим до ринку рішенням. ■

ЛІТЕРАТУРА

- Трифилова А. А. Управление инновационным развитием предприятия. М. : Финансы и статистика, 2003. 173 с.
- Гольдштейн Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент : учеб. пособие. Таганрог, 2004. 267 с.
- Лапин Н. И. Теория и практика инноватики : учебное пособие. М. : Логос, 2008. 328 с.
- Архипова Л. И., Медведева Л. Ф. Технологии менеджмента как инструмент развития бизнес-моделей. *Проблемы управления*. 2017. № 2. С. 55–62.
- Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент : учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. 338 с.
- Макаркин Н. П., Шаборкина Л. В. Инновационный менеджмент : учебное пособие. Саранск, 1997. 80 с.
- Бакуменко В. Д., Попов С. А. Парадигма інноваційного розвитку суспільства: сучасні концепції реформування публічного управління. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 43. С. 21–28.
- Порецкова К. В. Классификация инновационных стратегий промышленных предприятий. *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 2. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9031>
- Вивек К. Определение бизнес-структуры предприятия. Руководство для менеджеров и инженеров. URL: <https://it.wikireading.ru/48395>
- Ерлангер А. Какие существуют типы бизнес-структур или предприятий в Сингапуре? // International Wealth. URL: <https://internationalwealth.info/offshore-company-formation/types-business-structures-singapore/>
- Фролова Л. В., Бавико О. Е. Тенденції розвитку мережевих бізнес-структур. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.22
- Бланк И. А. Управление прибылью. 3-е изд., перераб. и доп. Киев : Ника-Центр, 2007. 768 с.
- Ковтун О. І. Інноваційні стратегії підприємства: теоретико-методологічні засади. *Економіка України*. 2013. № 4. С. 44–56.

14. Кількість юридичних осіб за організаційно-правовими формами господарювання / Державна служба статистики України. http://www.ukrstat.gov.ua/edrpo/ukr/EDRPU_2019/ks_opfg/ks_opfg_0119.htm
15. 1885,9 тис. осіб – кількість зареєстрованих ФОП на початок 2020 року // Дебет-Кредит. 10.02.2020. URL: <https://news.dtk.ua/simple/common/60601>

Науковий керівник – Ковтуненко К. В., доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності, Одеський національний політехнічний університет

REFERENCES

- Arkipova, L. I., and Medvedeva, L. F. "Tekhnologii menedzhmenta kak instrument razvitiia biznes-modely" [Management Technologies as a Tool of Business Models' Development]. *Problemy upravleniia*, no. 2 (2017): 55-62.
- Bakumenko, V. D., and Popov, S. A. "Paradyhma innovatsiinoho rozvytku suspilstva: suchasni kontseptsii reformuvannia publicnogo upravlinnia" [A Paradigm of Innovative Society Development: Modern Concepts of Public Administration Reform]. *Efektivnist derzhavnoho upravlinnia*, no. 43 (2015): 21-28.
- Blank, I. A. *Upravleniye pribylyu* [Profit Management]. Kyiv: Nika-Tsentr, 2007.
- Frolova, L. V., and Bavyko, O. Ye. "Tendentsii rozvytku merzhevykh biznes-struktur" [Trends in the Development of Network Business Structures]. *Efektivna ekonomika*, no. 11 (2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.22
- "1885,9 tys. osib – kilkist zareistrovanykh FOP na pochatok 2020 roku" [1885.9 Thousand People – The Number of Registered Sole Proprietors at the Beginning of 2020]. *Debet-Kredyt*. February 10, 2020. <https://news.dtk.ua/simple/common/60601>
- Goldshteyn, G. Ya. *Strategicheskiiy innovatsionnyy menedzhment* [Strategic Innovation Management]. Taganrog, 2004.
- Ilenkova, S. D. *Innovatsionnyy menedzhment* [Innovation Management]. Moscow: Yuniti-Dana, 2012.
- "Kilkist yurydychnykh osib za orhanizatsiino-pravovymy formamy hospodariuvannia" [Number of Legal Entities by Organizational and Legal Forms of Management]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*. http://www.ukrstat.gov.ua/edrpo/ukr/EDRPU_2019/ks_opfg/ks_opfg_0119.htm
- Kovtun, O. I. "Innovatsiini stratehii pidpriemstva: teoretyko-metodolohichni zasady" [Innovative Strategies of Enterprises: Theoretical and Methodological Principles]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 4 (2013): 44-56.
- Lapin, N. I. *Teoriia i praktika innovatiki* [Theory and Practice Innovations]. Moscow: Logos, 2008.
- Makarkin, N. P., and Shaborkina, L. V. *Innovatsionnyy menedzhment* [Innovation Management]. Saransk, 1997.
- Poretskova, K. V. "Klassifikatsiya innovatsionnykh strategiy promyshlennykh predpriyatiy" [Classification of Innovative Strategies of Industrial Enterprises]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*, no. 2 (2013). <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9031>
- Trifilova, A. A. *Upravlenie innovatsionnym razvitiem predpriatiia* [Management of Innovative Development of the Enterprise]. Moscow: Finansy i statistika, 2003.
- Vivek, K. "Opredeleniye biznes-struktury predpriyatiya. Rukovodstvo dlya menedzherov i inzhenerov" [Determination of the Business Structure of the Enterprise. A Guide for Managers and Engineers]. <https://it.wikireading.ru/48395>
- Yerlanger, A. "Kakiye sushchestvuyut tipy biznes-struktur ili predpriyatiy v Singapore?" [What Are the Types of Business Structures or Enterprises in Singapore?]. *International Wealth*. <https://internationalwealth.info/offshore-company-formation/types-business-structures-singapore/>