

УДК 334.72-022.51:330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-1.8>**Ліпич Л.Г.**

доктор економічних наук,
професор кафедри підприємництва, торгівлі та логістики,
Луцький національний технічний університет

Хілуха О.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інноваційних технологій,
Львівський університет бізнесу та права

Кушнір М.А.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри прикладної економіки та бізнесу
Український католицький університет

ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ІННОВАЦІЙНОСТІ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

У статті представлено взаємозв'язки між підприємництвом, інноваціями та створенням організаційних компетентностей. Підприємницька діяльність проявляється у вигляді нової продукції, методів виробництва, форм організації бізнесу. Тобто підприємництво можна ототожнити з інноваційністю. Доведено, що динаміка стратегічного підприємництва базується на взаємодії можливостей розвитку, стратегічному партнерстві та компетентностях. Організаційні компетентності створюються в процесі навчання та функціонування підприємства. Зазначено, що активізація підприємницької діяльності та зміна компетентностей пов'язані з життєвим циклом підприємств. На різних етапах життєвого циклу підприємство, пристосовуючись до змін зовнішнього середовища, змінює свої компетентності. Представлено еволюцію поглядів на моделі та процеси, пов'язані з інноваціями та підприємництвом. Наголошено, що підприємництво та інновації пов'язані з процесами інтернаціоналізації підприємств на світовому ринку. Вони також мають свої регіональні та місцеві особливості.

Ключові слова: підприємництво, інновації організаційні компетентності, підприємницька стратегія, життєвий цикл підприємства, інноваційні стратегії, інноваційні моделі, підприємницькі моделі.

INTERDEPENDENCE BETWEEN ENTREPRENEURSHIP, INNOVATION AND COMPETENCIES

Lipych Lubov*Luts'k National Technical University***Khilukha Oksana***Lviv University of Business and Law***Kushnir Myroslava***Ukrainian Catholic University*

From the point of view of economic activity, entrepreneurship is seen as the direction of economic resources into profitable business projects. The article presents the relationship between entrepreneurship, innovation and the creation of organizational competencies. Among the features of entrepreneurial orientation, innovation and proactivity are of special importance for the functioning of enterprises. The purpose of the study is to determine the impact of entrepreneurship on the formation of organizational competencies and substantiate the idea that the innovative abilities of the enterprise are a manifestation of its inherent competencies. It is substantiated that entrepreneurial activity is a risky activity. However, its results are manifested in the form of new products, production methods or forms of business organization. That is, entrepreneurship can be equated with innovation. It is proved that the main goal of entrepreneurial strategy is to find opportunities for strategic development, with an emphasis on implemented innovations. The dynamics of strategic entrepreneurship is based on the interaction of development opportunities, strategic partnerships and competencies. Organizational competencies are created in the process of training and operation of the enterprise. The highest rank in their hierarchy belongs to key competencies as a unique combination of knowledge, technology and skills. It is noted that the intensification of entrepreneurial activity and change of competencies are related to the life cycle of enterprises. At different stages of the life cycle, the company, adapting to changes in the external environment, also changes its competencies. Considering the possibilities of self-renewal of the organization, four possible innovative strategies of enterprises are analyzed, taking into account aspects of entrepreneurship: organizational knowledge management; discovery (exploration); inter-organizational cooperation business strategies related to the creation of resources outside the organization.

The evolution of views on models and processes related to innovation and entrepreneurship is presented. It is emphasized that both entrepreneurship and innovation are related to the processes of internationalization of enterprises in the world market. They also have their own regional and local features.

Keywords: entrepreneurship, innovations, organizational competences, entrepreneurial strategy, enterprise life cycle, innovative strategies, innovative models, entrepreneurial models.

Постановка проблеми. Підприємництво можна аналізувати з різних боків. По відношенню до окремих осіб воно трактується як життєва установка, яка визначається володінням особливими якостями, навичками та способом реакції на події. Його часто розуміють як здатність знаходити вихід із будь-якої ситуації. Підприємливість асоціюється з такими характеристиками, як ініціативність, спритність, винахідливість, ризиковість та креативність. Дефініція «підприємництво» також асоціюється з динамізмом та змінами. Вона є протиположною таким поняттям, як «повторюваність» та «наслідування». Загалом виокремлюють індивідуальне, корпоративне (внутрішнє) та сімейне підприємництво. Серед особливостей підприємницької орієнтації особливе значення для функціонування підприємств мають інноваційність та проактивність. У зв'язку з функціонуванням різних підприємницьких структур, як комерційних, так і некомерційних, велика увага приділяється так званому внутрішньому підприємництву. Підприємництво тісно корелює з поняттям «інноваційність». Часто обидві ці концепції аналізуються з погляду компетентностей. У цій публікації ми обґрунтовуємо думку про те, що компетентності організації створюються шляхом використання компетентностей окремих працівників на основі їх колективної співпраці з використанням індивідуальної креативності за постійного навчання. Інноваційність організації, своєю чергою, є проявом її компетентностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність питань, пов'язаних із різнобічним вивченням підприємницької діяльності, широко досліджувалися А. Смітом, Й. Шумпетером [1], М. Блаугом. Р. Коуза, П. Самуельсоном [3]. В інституційній системі України місце підприємництва досліджували З. Ватаманюк, Е. Дворцова, Р. Брокхауз, Е. Ільїн.

Дослідженню і розробленню теоретико-методологічних основ організації інноваційної економіки присвячено роботи відомих зарубіжних учених: М. Портера, Е. Дахмія, П. Фішера, І. Толенадо, Д. Сольє, А. Манюшиса, В. Кістанова, В. Новікова, В. Фельдмана. У працях цих учених розглянуто проблеми вдосконалення організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком на рівні окремих галузей, регіонів і підприємств, науково обґрунтовано кластерні механізми та ініціативи, визначено пріоритетні наукові напрями, пов'язані з управлінням інноваційними процесами, побудовою інноваційних систем тощо.

Сучасні науковці все частіше звертаються до вивчення й аналізу компетентностей. Основи теорії компетентностей були закладені в працях зарубіжних учених: І. Ансоффа, М. Бомензата, В. Врума, Г.Г. Десса, К. Діврі, Г. Коннака, В. Макелвіла, Е. Персе, К.К. Прахалада [5], Дж.С. Пікена, Г. Тетенбаума, А. Торра, Фрідріха фон Хайека, Г. Хемел [5], О. Ванькової, С.В. Шекшня. Вітчизняні науковці (А.Я. Кібанов, А.П. Наливайко, В.І. Маслов, О.Г. Мендрул та ін.) також активно досліджують цю проблематику.

Однак, поки ще не представлені в повному обсязі праці, які розглядають підприємництво як інноваційну працю, що створює нові та вдосконалює набуті компетентності в стратегічному розвитку підприємств, що вимагає подальших наукових досліджень.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у визначенні впливу підприємництва на формування компетентностей організації та обґрунтуванні думки, що інноваційні здібності підприємства є проявом притаманних йому компетентностей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Із погляду господарської діяльності, підприємництво розглядається як спрямування економічних ресурсів у вигідні бізнес-проекти. Це часто супроводжується прийняттям нестандартних рішень. Підприємницька діяльність – це ризикова діяльність. Однак її результати проявляються у вигляді нової продукції, методів виробництва або форм організації бізнесу. Тобто підприємництво можна ототожнити з інноваційністю. Актуальним є розвиток підприємництва з високим рівнем інноваційності. Це супроводжується відповідними витратами, але й суттєвими ефектами.

Про роль інноваційного підприємництва у розвитку економічних систем зазначав ще Й. Шумпетер, оскільки за капіталізму не існує іншого прибутку, як чистий дохід від підприємницької діяльності, що забезпечується ініціативністю та інноваційністю підприємця [1]. Підприємництво в його розумінні – це діяльність, що полягає у впровадженні нових комбінацій виробничих факторів, нових продуктів і методів, завоюванні нових ринків збуту та нових джерел постачання і створенні нових, більш ефективних організаційних форм економічної діяльності. Відповідно до цих поглядів, підприємництво безпосередньо пов'язане з інноваціями, а інновації є результатом підприємницької діяльності. Визначальне значення підприємництва в інноваційному розвитку підкреслював і П. Друкер, який уважав неможливим існування підприємця без нововведень. Зокрема, він зазначав, що «нововведення є особливим інструментом підприємців, засобом, за допомогою якого вони і використовують зміни як сприятливу можливість для здійснення своїх задумів у сфері бізнесу та послуг» [2, с. 39]. На інноваційні риси підприємця вказують погляди П. Самуельсона, який пов'язує підприємницьку діяльність із новаторством. Роль підприємця в розвитку економічної системи підкреслюється його оригінальним мисленням, сміливістю та високою цілеспрямованістю щодо успішної реалізації нових ідей [3]. Цікавою є також думка І. Кірзнера про те, що підприємництво – це сприйняття та використання можливостей [4].

Аналізуючи взаємозв'язок між підприємництвом та інноваційністю, варто мати на увазі, що існує багато тлумачень інновацій, тобто триває дискусія про те, що таке інновації. Виокремлюють інновації технологічні, організаційні, економічні, соціальні та екологічні. Технологічні інновації включають нові продукти та процеси, а також значні технологічні зміни у продук-

тах і процесах. Узагальнене визначення інновації дав П. Друкер [2]. На його думку, інновації – це якісна різниця з погляду реципієнта.

Відокремити поняття «підприємництво» та «інновації» досить складно, адже підприємництво – це процес, у результаті якого інновації трансформуються у можливості ринку або створення конкурентних переваг. Інновації, своєю чергою, є результатом підприємницької поведінки та підприємницьких стратегій підприємства.

У науковій літературі чітко прослідковується вплив інновацій на розвиток підприємств та їхню здатність досягати поставлених стратегічних цілей. Наприкінці ХХ ст. набула розвитку ресурсна теорія підприємства. Однією з течій, у межах якої виникли нові економічні поняття ресурсної теорії, є концепція ключових компетентностей. Її автори Г. Хамел та

К.К. Прахалад увели в науковий обіг поняття компетентностей як універсальної, узагальнюючої категорії, що відображає сформовані у підприємства особливі знання, досвід і вміння, які вирізняють його серед конкурентів [5]. Поняття «компетентності підприємства» загалом трактується як сукупність його взаємозв'язаних специфічних навичок, технологій, умінь, знань і спроможностей, носіями яких колективно чи індивідуально є персонал. Процес формування компетентностей підприємства тісно пов'язаний із формуванням і функціонуванням корпоративних знань, досвіду, навичок та інших ресурсів інформаційно-інтелектуального характеру. Американські дослідники А.А. Томпсон та А.Дж. Стрікланд зазначають, що майже у кожного підприємства є хоча б один вид діяльності, в якому воно досягло успіху настільки, щоб уважати здобуті ним знання ключовими компетентностями [6]. Ключова компетентність забезпечує конкурентну перевагу лише в тому разі, якщо вона одночасно є унікальною. Визначити те, якою є компетентність – унікальною чи базовою, можна за допомогою порівняння її з аналогічною компетентністю конкурентів. Для досягнення стійкої конкурентної переваги компанія повинна володіти унікальною компетентністю у стратегічних видах діяльності. Окрім того, вона має створювати бар'єри та обмеження для формування конкурентами аналогічної або комплементарної компетентності. Д. Скіренія, формулюючи десять трендів управління економікою, заснованою на знаннях, зауважив, що у цьому типі економіки значення інтелектуального підприємництва суттєво зростає [7].

Зрозуміло, що підприємництво є важливим чинником формування конкурентних переваг підприємств. Підприємницька поведінка формується під впливом різних чинників, таких як: тиск із боку оточення, традиції, результат спостереження, життєва необхідність бути успішним, випадок. Часто звертають увагу на важливість досвіду (набутого під час створення підприємств, використання наявних технологій, знань) та інтелектуального потенціалу. Усе більше підкреслюється роль навчання як окремих працівників, так і всієї організації. Обговорюється контекст підприємницької поведінки з погляду ситуативного підходу.

Варто також зазначити, що підприємництво має чіткий глобальний, регіональний та місцевий аспект. Тобто йдеться про міжнародне підприємництво, пов'язане з інтернаціоналізацією підприємств, та регіональне і місцеве підприємництво, пов'язане з конкретною тери-

торією. Умовою виникнення останнього є створення підприємницького середовища, прирівняного до інноваційного. Створення такого середовища спирається на приватно-публічне (державно-приватне) партнерство. У науковому середовищі сформувалася практика одночасного оперування спорідненими термінами «публічно-приватне партнерство» та «державно-приватне партнерство». Під публічно-приватним партнерством зазвичай розуміють юридично обов'язковий для сторін контракт між приватним суб'єктом і органом державної влади (органом місцевого самоврядування), за яким приватний партнер зобов'язується надавати публічні послуги, інвестувати власні ресурси, а також взяти на себе частину відповідальності за певні ризики надання таких послуг (зауважимо, що оплата приватному партнеру здійснюється тільки в обмін на фактично надані послуги) [8]. Натомість законодавча закріпленість поняття «державно-приватне партнерство» об'єктивно зумовлює пріоритетність його використання у дослідженнях, присвячених правовому регулюванню взаємодії органів публічної адміністрації та окремих інституцій публічного права з приватним сектором. У разі такого партнерства інновації трактуються як специфічний ресурс територіальної спрямованості.

Інноваційність притаманна не лише окремим особам, бізнесу, а й також некомерційним організаціям. Це пов'язано з підприємництвом у державному (державне управління) та соціальному (некомерційні організації) секторах. Підприємництво у державному секторі може включати, як це має місце у бізнесі, створення нововведень чи організаційні зміни. Однак у випадку державних організацій існує загроза сильного регуляторного впливу, наприклад із боку держави. Значна увага приділяється процедурам. Розвиток регіонального підприємництва великою мірою залежить від напрямів регіонального та місцевого розвитку. Своєю чергою, соціальне підприємництво переважно спрямоване на вирішення соціальних проблем. Проявом цього підприємництва може бути, наприклад, створення неурядових організацій або зміни у цих організаціях. Метою соціального підприємництва є створення, а потім задоволення соціальних потреб.

Систематичне створення та впровадження інновацій трактується як foresight, тобто процес передбачення майбутнього. Результатом є нові продукти, послуги або організаційні методи. Foresight можна використовувати як на державному, так і на регіональному рівнях та на підприємствах. Його можна віднести до технології, ринку та умов упровадження. Це залежить від компетентності організації.

Сучасні погляди на підприємництво є цікавими також із погляду стратегічного управління. Зокрема, це стосується питань розвитку підприємства. У наукових доробках із цього питання описані два основні шляхи розвитку підприємств: перший – підприємницького (інноваційного) характеру, другий – це шлях реструктуризації. Варто зазначити, що деякі заходи з реструктуризації також можуть бути інноваційними, пов'язаними, наприклад, з аутсорсингом. Однак у цьому разі вони, як правило, вимушені, тобто є відповіддю на ситуацію, що склалася.

Аналізуючи розвиток підприємств, сучасні концепції звертають увагу на роль внутрішніх та зовнішніх чинників впливу. Досить часто зовнішні чинники ото-

тожнюються з дальнім та ближнім оточенням компанії. Внутрішні розглядаються по-різному, часто – з погляду функцій, притаманних організації, але багато авторів наголошують також на таких компонентах, як система цінностей, організаційна культура, ставлення до управлінського персоналу, сильні та слабкі позиції чи реальний потенціал підприємства. Їх аналіз детально описаний у роботах зі стратегічного аналізу. Сприйняття цих чинників залежить від прийнятої школи стратегічного мислення. У разі акценту на ролі внутрішніх чинників особлива увага приділяється ресурсам підприємства, зокрема організаційному навчанню та управлінню знаннями, формуванню компетентностей.

Підприємницька стратегія являє собою узагальнюючу модель дій, необхідну для досягнення конкурентних переваг на ринку. У ринковому середовищі, що постійно змінюється, застосовується стратегічне планування, яке поєднує методи довгострокового та маркетингового планування і спрямоване на збільшення кількості нових продуктів та визначення місця того чи іншого підприємства в майбутньому. У науковій літературі стверджується, що головною ціллю підприємницької стратегії є пошук можливостей для стратегічного розвитку з особливим акцентом на впровадження інновацій. Динаміка стратегічного підприємництва базується на взаємодії можливостей розвитку, стратегічному партнерстві та компетентностях. Організаційні компетентності створюються в процесі навчання та функціонування підприємства. Найвищий ранг в їх ієрархії належить ключовим компетентностям як унікальному поєднанню знань, технологій та навичок.

Пітер Друкер виділив чотири типи підприємницьких стратегій: бути «найспритнішим серед найкращих», «влучати у слабе місце», пошук «екологічної ніші», зміна економічних характеристик продукту, ринку або галузі.

Перший тип стратегії вважається домінуючим, бо постійне впровадження інновацій дає можливість випереджати конкурентів. Другий тип полягає у творчій імітації – поліпшенні того, що вже відомо, а не створенні нового, і за рахунок цього – формуванні конкурентних переваг. Стратегія «екологічної ніші» спрямована на пошук місця у певній сфері й перетворення підприємства на монополіста. Стратегія щодо зміни цінностей та характеристики продукту, ринку або галузі спрямована на їх перетворення за рахунок упровадження інновацій, фахової майстерності в продукти з новими економічними характеристиками, новими цінностями. Уважається, що підприємства з такою стратегічною орієнтацією непереможні [9].

Підприємництво також аналізується з погляду життєвого циклу організації. В окремих моделях розвитку бізнесу це відбувається на першому етапі життєвого циклу, тобто на етапі створення організації та початку її діяльності. Це також може відбуватися на наступних етапах, але зазвичай для них домінуючими є стабілізуючі або організуючі процеси. У складних моделях корпоративного розвитку сильна інтенсифікація підприємницької діяльності часто відбувається на останніх етапах, у ситуаціях, коли необхідно здійснити організаційне оновлення.

Розглядаючи можливості самовідновлення організації, аналізуються чотири можливі інноваційні стратегії підприємств з урахуванням аспектів підприємництва:

- організаційне управління знаннями;
- відкриття (exploration), яке веде до появи як радикальних, так і імітаційних інновацій шляхом реалізації власних ідей на основі дослідно-конструкторських робіт та нових технологій;
- міжорганізаційне співробітництво, включаючи не тільки альянси, а й злиття та поглинання;
- підприємницькі стратегії, пов'язані з керуванням ресурсами за межами організації. Вона часто асоціюється з новаторськими інноваціями та створенням нового бізнесу.

Варто також звернути увагу на той факт, що на різних етапах життєвого циклу підприємство, пристосовуючись до змін зовнішнього середовища, також змінює свої компетентності.

В економічній літературі описані різні моделі підприємництва. Однією з найпопулярніших є модель, запропонована Дж. Тіммонсом, яка складається з трьох елементів: можливостей, ресурсів та команди. Між цими елементами має бути рівновага та відповідність. Автор суті підприємницького процесу пояснює через так звану метафору жонглера, який намагається тримати три кулі в повітрі, символізуючи компоненти підприємницького процесу. Перша кулька, спочатку з найбільшою вагою, ілюструє наявні у підприємця можливості. Для того щоб скористатися ними, підприємець створює команду і купує необхідні ресурси, тим самим збільшуючи вагу решти куль. Правильний баланс та утримання куль – визначальний чинник успіху підприємця на ринку [10].

Широко визнана також інтегрована підприємницька модель входу-виходу М. Морріса, П. Льюїса та Д. Секстона, яка складається з трьох елементів:

- вхід – включає ключові чинники підприємництва (можливості зовнішнього середовища, підприємців, організаційні умови, концепцію підприємства, ресурси);
- сам підприємницький процес – включає прояв можливостей, розроблення та уточнення концепції, придбання ресурсів та їх використання;
- вихід – ефект (може бути нове підприємство, нові цінності, нові товари (послуги, процеси), прибуток та/або особисті блага, зайнятість (зростання активів та доходів), а також збитки або втрати).

Наше дослідження буде неповним, якщо ми не проаналізуємо міжнародне підприємництво. Найбільш відомою з динамічних теорій міжнародного бізнесу є Уппсальська модель інтернаціоналізації (Uppsala model), розроблена шведськими вченими Університету Уппсали в 1970-х роках. Дана модель передбачає, що фірма у своєму міжнародному розвитку проходить низку послідовних етапів. Інтернаціоналізація розглядається як послідовний, упорядкований процес, який залежить від досвіду підприємства і знання зовнішніх ринків. На початку інтернаціоналізації компанії вважають за краще використовувати найменш ризикові форми, які не потребують значного перенесення ресурсів на зарубіжні ринки (наприклад, експорт), а згодом відбувається перехід до все більш ризикових форм [11]. У своїй першій роботі автори моделі Ян Іохансон і Ф. Відерсхайм-Пол виділяють чотири основні стадії інтернаціоналізації:

1. Відсутність регулярної експортної діяльності.
2. Експорт через незалежних посередників (агентів).

3. Створення торговельних представництв.

4. Створення за кордоном виробничих підрозділів.

У моделі С. Ріда виокремлюють п'ять фаз, що ведуть до консолідації експорту. При цьому значна увага приділяється ролі перших етапів інтернаціоналізації, що пов'язують особливості підприємства з особливостями підприємця, який приймає рішення та мотивує експорт. Однак наприкінці ХХ ст. моделі поступової інтернаціоналізації перестали відповідати потребам сьогодення. Часто для високотехнологічних компаній лише швидке проникнення на ринок дає змогу швидко повернути інвестиції в інновації. Зрозуміло, що стимулятори експорту у цьому разі повинні мати підприємницький характер. Вони включають, серед іншого, прибуток, диверсифікацію ризиків, відкриття можливостей за кордоном, готовність отримати досвід, економію масштабу, конкурентну перевагу або амбіції. Ризик, що супроводжує міжнародне підприємництво, пов'язаний із макроекономічним та мікроекономічним ризиками. З об'єктивного погляду економічний ризик включає товарний та комерційний ризики. Важливу роль також відіграють неекономічні ризики: культурні, адміністративні, політичні та правові.

Створення інновацій у результаті підприємницької діяльності також можна охарактеризувати як процес. Існує чіткий перехід від лінійних моделей (попиту чи пропозиції), беручи до уваги взаємодію та зворотний зв'язок між наукою, інноваціями та економікою, до інтерактивних моделей. Сучасні інтерактивні моделі відображають як діяльність на ринку, так і задоволення соціальних потреб. Вони симулюють таку послідовність дій: маркетингові дослідження, розроблення нового товару, виробництво, реалізація, клієнт. Такі модель передбачають, що створення іннова-

цій – це багатовекторний процес із високою інтеграцією зовнішніх та внутрішніх чинників, який базується на інформаційних технологіях. За такого підходу інноваційний процес – це послідовність інтеракцій від створення ідеї до її комерціалізації, тобто впровадження та дифузії інновацій. Розглядається також питання трансферу знань через фіксований набір інформаційних послань. Підкреслюється зростаюча роль швидкості та послідовності змін, а також важливість мереж зацікавлених сторін. Відзначається, що існує кілька шляхів ініціювання інновацій, і найчастіше ідея нового товару є комбінацією нової потреби ринку та технічних (технологічних) можливостей.

Представлені інноваційні моделі враховують роль культурних та соціальних детермінант. Пам'ятаючи про роль інновації у створенні конкурентних переваг підприємств, інноваційний процес (інновація) детально аналізується за видами діяльності, де створюється та реалізується перше нове технічне, технологічне чи організаційне рішення.

Висновки з проведеного дослідження. Питання підприємництва та інноваційності не є новими в наукових дослідженнях. Однак перманентні процеси глобалізації та розвиток сучасних концепцій стратегічного управління свідчать, що деякі проблеми потребують додаткового роз'яснення. Особливий інтерес представляють питання інновацій та підприємництва у світлі розвитку ресурсних теорій, доповнених організаційним навчанням, управлінням знаннями та формуванням організаційних компетентностей. Погляди, представлені у статті, мали показати, що питання інновацій є частиною сучасного сприйняття розвитку підприємства як у глобальному, так і в регіональному (місцевому) аспекті.

Список використаних джерел:

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Москва : Директмедиа Паблишинг, 2008. 401 с.
2. Друкер П. Бизнес и инновации. Москва : Вильямс, 2007. 432 с.
3. Самуэльсон П. Экономика : в 2-х т. Москва : Алгон, 1994. 740 с.
4. Kirzner Israel. The Alert and Creative Entrepreneur: A Clarification. *Small Business Economics*. 2009. Vol. 32. P. 145–152.
5. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня. Москва : Олимп-Бизнес, 2014. 288 с.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. Москва : Банки и биржи, 1998. 576 с.
7. Skyrnie D.J. Knowledge networking. Creating the collaborative enterprise. Oxford, 1999.
8. Посібник з публічно-приватних партнерств / Е. Уайт та ін. *Агентство США з міжнародного розвитку (USAID)*. URL: http://www.ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/575/PPP_Guidelines_ukr_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 07.03.2021).
9. Друкер Пітер Ф. Менеджмент. Москва : Вільямс, 2010. 704 с.
10. Timmons J.A. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, Irwin/McGraw. Hill, Boston, 1999. P. 38.
11. Johanson J., Wiedersheim-Paul F. The Internationalization of the Firm Four Swedish Cases. Stockholm. Almquist & Wiksell International. *The Journal of Management Studies*. 1975. Vol. 12. № 3. P. 305.

References:

1. Shumpeter Y.A. (2008) *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya* [Theory of economic development]. Moscow: Direkt-media Publishing, 401 p. (in Russian)
2. Druker P. (2007) *Biznes i innovatsii* [Business and innovation]. Moscow: Vilyams, 432 p. (in Russian)
3. Samuelson P. (1994) *Ekonomika* [Economics]: V 2-h tomah. Moscow: NPO «Algon». VNIISI «Mashinostroenie», 740 p. (in Russian)
4. Kirzner Israel (2009) *The Alert and Creative Entrepreneur: A Clarification*. *Small Business Economics*, vol. 32, pp. 145–52.
5. Hamel Gari, Prahalad K.K. (2014) *Konkuriruyaya za budushee. Sozdanie ryinkov zavtrashnego dnya* [Competing for the future. Building the markets of tomorrow]. Moscow: Olimp-Biznes, 288 p. (in Russian)

6. Tompson A.A. (1998) Striklend A. Dzh. Strategicheskii menedzhment. Iskustvo razrabotki i realizatsii strategii [The art of developing and implementing a strategy]. Moscow: Banki i birzhi, 576 p. (in Russian)
7. Skyrnie D.J. (1999) Knowledge networking. Creating the collaborative enterprise. Oxford.
8. Uayt, E., Dezilets, B., Maslyukivs'ka, O. & Shevchuk, Yu. (2009) Posibnyk z publichno-pryvatnykh partnerstv (USAID). Retrieved from: http://www.ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/575/PPP_Guidelines_ukr_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y (accessed 07 March 2021).
9. Druker Piter F. (2010) Menedzhment [Management]. Moscow: OOO «I.D. Vilyams», 704 p. (in Russian)
10. Timmons J.A. (1999) New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, Irwin/McGraw. Hill, Boston, p. 38.
11. Johanson J., Wiedersheim-Paul F. (1975) The Internationalization of the Firm Four Swedish Cases. Stockholm. Almquist & Wiksell International. The Journal of Management Studies, vol. 12, no. 3, p. 305.

E-mail: lglipych@gmail.com