

**КОРПОРАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО – ІННОВАЦІЙНІ ПРОПОЗИЦІЇ
ТА ПРОАКТИВНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ПІДГРУНТЯ ДЛЯ
ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТИХ ПОЗИЦІЙ НА РИНКУ**

Солонун Н.М., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Сьогодні бізнес-активність підприємств різної форми власності залежить не тільки від ефективного менеджменту та достатньо вірно підбраного персоналу, а й від того, яким ступенем інноваційності та проактивності володіє наймані працівники.

Актуальні питання корпоративного підприємництва достатньо часто з'являються у сучасному світовому медіа просторі. Топ-менеджмент сучасних підприємств вбачає у цьому напрямку ефективний спосіб протистояння застарілій ієрархічній системі побудови організаційної структури, яка не володіє необхідною сьогодні «гнучкістю» у здійсненні підприємницької діяльності.

З метою створення більш конкурентоспроможної та маневреної компанії сучасні організації намагаються впровадити новітні технології у виробництві, у менеджменті, але достатньо часто недооцінюють роль у цьому процесі саме персоналу з його потенціальною схильністю до підприємницької діяльності зі всіма притаманними цієї діяльності рисами.

Сучасний досвід впровадження корпоративного підприємництва свідчить про те, що чим більше працівників підприємства намагаються проявляти власні підприємницькі риси – генерувати нові ідеї, шукати шляхи їх впровадження тощо – тим конкурентна перевага підприємства стає сильнішою та унікальнішою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Такі автори, як Чернишев С.Б. [1], Базилев І.В. [2], Дж. Біркіншоу [3], Г. Десс, Дж. Т. Лампкін [4], Білоусова О. [5] та інші розкривають філософію питання становлення засад сучасного корпоративного підприємництва.

Невирішені складові загальної проблеми.

Але, слід зазначити, що як будь-який науковий напрямок, теорія корпоративного підприємництва постійно вимагає удосконалення та впровадження новітніх підходів до організації корпоративного підприємства, тому виникає перманентна потреба у створенні новітніх розробок, доповнень та представлення сучасних поглядів на вже існуючі теорії.

Формулювання цілей статі. Корпоративне підприємство сьогодні є однією з найактуальніших та цікавих моделей інноваційного менеджменту. Мотиви для впровадження засад корпоративного підприємства досить прозорі та ясні – прагнення підприємства до позитивних перетворень із застосуванням бізнес-технологій, тобто намагання створити такі умови для співробітників, у яких вони матимуть змогу мислити, створювати та практикувати цінності та поведінку, якою характеризуються успішні підприємці. Тому доцільним буде розглянути основні аспекти зазначеного питання більш докладно.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кожне підприємство докладає неабияких зусиль для створення стійких конкурентних позицій у швидко змінюваному та жорсткому ринковому середовищі. Тому й пошуки новітніх підходів до вдосконалення цього процесу мають тривати постійно. Саме включення елементів підприємництва до стратегії компанії може бути ефективним кроком до досягнення встановлених цілей, але без налаштування відповідних систем організації цей крок не буде спроможним стимулювати особисту ініціативу співробітників. Тобто необхідно не тільки створювати умови для впровадження засад корпоративного підприємства, а й розвивати компетенції, мотивацію та професіоналізм персоналу для того, щоб члени колективу були мотивовані на рівні власних інтересів, щоб бізнес підприємства

показував позитивну динаміку. Топ-менеджменту підприємства необхідно створювати такі умови для потенційних корпоративних підприємців, у яких вони виявлять свої здібності щодо проактивного пошуку можливостей для оптимізації і зростання на обраному ринку, щодо вміння генерувати інноваційні пропозиції тощо.

Корпоративне підприємництво – це процес, який дозволяє існуючим компаніям розширювати та переорієнтувати власний профіль діяльності шляхом виходу на нові ринки та створюючи нові бізнес-ідеї та продукти [5].

Корпоративне підприємництво – це відносно незалежна від власників корпорації інноваційна діяльність підприємців-менеджерів, яка полягає у творчому використанні елементу невизначеності у процесі господарської діяльності шляхом самостійного прийняття та реалізації рішень і повної одноосібної відповідальності перед власниками корпорації за свої дії. Ця діяльність спрямована на задоволення власних і спільних потреб суб'єктів корпоративних відносин, суспільних потреб тощо [6].

У визначенні корпоративного підприємництва можна виділити дві підгрупи:

- цілеспрямоване оновлення та переосмислення діяльності підприємства з метою покращення ринкових позицій (наприклад, реорганізація, трансформація бізнес-моделі, корпоративний венчурінг тощо);

- оновлення та переосмислення діяльності підприємства внаслідок власної розробки та впровадження інновації (розробка нових продуктових ліній, процесів виробництва тощо).

Низка закордонних досліджень, які проводилися багато років, стверджують що впровадження корпоративного підприємництва стає чи не єдиною умовою для виживання підприємства у жорстких умовах ринку.

За статистикою серед економічно активного населення всього 4 % підприємців, тому це нормально, тому що підприємець – це свого роду генератор ідеї, але потім необхідним стає «доведення» цієї ідеї до результату, тобто необхідно запуснути, апробувати, масштабувати, розрахувати бюджет

тощо. Крім того, загальновідомим є той факт, що індивідуальний підприємець зіштовхується з більш великим ризиком «провалу» власних ідей, який може призвести до фінансового занепаду підприємця. Тому багато людей, навіть маючі певні ідеї, не ризикують створювати стартапи чи венчурні підприємства. А у той час у рамках роботи у певній корпорації такий потенційно проактивний працівник зі здібностями до генерування та впровадження інновацій може більш вільно йти на ризик, не ризикуючи власним фінансовим станом. Тому знов підтверджується доцільність саме корпоративного підприємництва. Й важливим є роль керівництва підприємства, яке має створювати відповідні умови для розвитку персоналу у напрямку створення нових ідей без остраху за власний постійний дохід (заробітну платню).

Важливим є факт необхідності стимулювання розвитку професійних компетенцій у робітника, зокрема його здатностей до інноваційної діяльності. Крім того, необхідно проаналізувати інтенцію співробітника до підприємницької діяльності у рамках підприємства за допомогою відповідей на такі питання:

- чи цікава для робітника пропозиція створювати нові ідеї (чи може він бажає виконувати одноманітну рутинну роботу);
- чи цікаве це підприємству та оточенню робітника;
- чи здійснена встановлена задача для робітника.

Слід відзначити важливу роль ступеня інноваційності як і співробітника так і у керівництва. Інноваційність керівництва – це бажання підтримувати розробку нових ідей у компанії, розвивати новаторство та технологічне лідерство компанії, зокрема за допомогою створення корпоративного інноваційного підприємництва. Цей розширений термін достатньо чітко описує процес, про який йде мова у даній роботі.

Взагалі, інноваційне підприємництво – це процес створення нових товарів і технологій за допомогою практичного використання ідей і винаходів. Інновації слугують специфічним інструментом розвитку, але не самі по собі, а направлений організований пошук нововведень та націленість на це

підприємницьких структур [7]. У цьому зв'язку актуальним є твердження П. Друкера про те, що підприємців відрізняє інноваційний тип мислення, а інноваційна діяльність – це специфічний інструмент підприємства, який є частиною інтелектуального капіталу підприємства [8]. Сьогодні інформаційний та інтелектуальний ресурс виступають як найцінніший економічний ресурс. Тому інноваційність та креативність стають основними джерелами економічної цінності. У зв'язку з цим корпоративне підприємництво надає змогу реалізувати свій творчий потенціал працівника, оскільки існує пряма фінансова зацікавленість кожного члена цієї команди в результатах праці [9].

У рамках корпоративного інноваційного підприємництва керівництву слід звертати увагу на:

- індивідуальний креативний та інноваційний потенціал працівника;
- на груповий креативний та інноваційний потенціал, зокрема через те, що цінність такого потенціалу вища через принцип синергії, завдяки якому за певних умов творчий потенціал групи (підприємницької команди) може перевищувати суму творчих потенціалів окремих учасників [9].

Ще раз зазначимо, що впровадження інноваційних проектів у рамках здійснення корпоративного підприємництва, є ризикованим заходом. Але керівництво підприємства має брати на себе всю фінансову, моральну, соціальну відповідальність тощо. Це надасть змогу співробітникам більш вільно та активно проявляти інноваційну «творчість».

Інноваційна підприємницька діяльність, порівняно з традиційною господарською діяльністю, більш ризикова, що спричинено відсутністю гарантій отримання позитивних результатів при освоєнні інноваційних проектів та існуючою відокремленістю витрат від результатів науково-технічних проектів у часі. Тому важливою складовою ринкового механізму виступає система захисту підприємця від різного роду ризиків, що супроводжують інноваційну діяльність [10].

Економісти виділяють три причини, що зумовлюють небажання здійснювати інноваційну діяльність і взагалі чинити опір нововведенням:

економічні, соціальні та особисті [11]. Тому прийняття ризику на себе є важливою рисою компанії, яка намагається створити у своїй структурі осередок інноваційності та проактивності робітників. Але необхідно дуже чітко усвідомлювати. Що надмірна кількість проектів, що впроваджуються, велика кількість бізнес-експериментів можуть призвести й до зворотнього ефекту – тобто до інформаційного перевантаження як співробітників, так і керівництва, а також до фрагментаризації організаційних ресурсів. Інноваційний ризик, як вид економічного, носить імовірнісний характер, його можливість присутня завжди, але не обов'язково інноваційна діяльність підприємця матиме негативні наслідки.

Існує думка, що корпоративне підприємництво, або інтрапренерство, породжує ряд проблем. Одне з досліджень показало, що можливі випадки, коли нові підприємства, створені всередині вже існуючих корпорацій, виявилися менш ефективними, ніж ті, що виникли на незалежній базі [12]. Крім того, від 25 до 35 % інновацій, що впроваджувалися певним підприємством, не мали успіху. Можливо через занадто раннє завершення проекту, чи через занадто довге перебування інновації у стадії розробки, через що вона могла втратити власну актуальність та своєчасність. Але, як кажуть, негативний досвід – теж досвід. Тому невдалі проекти можуть стати важливим джерелом інформації про ефективність організації процесу корпоративного підприємництва у компанії.

Висновки з проведеного дослідження. У якості висновку слід зазначити, що підприємство від залучення до процесу корпоративного підприємництва отримує достатньо значний профіт, зокрема покращення фінансових показників; стабільне зростання за рахунок саме власних розробок, а не через придбання «чужого» бізнесу; інновації, що спрямовані на покращення внутрішніх процесів підприємства та розширення та оновлення портфеля продуктів підприємства, представлених на ринку.

Зазначимо, що сьогодні на вітчизняних підприємствах вже працює достатня кількість фахівців «нового формату», тобто таких, які мають сучасні знання, вміють виявляти проблеми та працювати в команді, володіють

сучасними інструментами створення цінності і готові брати на себе ризики підприємництва. Ці люди вже проактивні та спрямовані на створення інноваційних продуктів і головне – вони готові йти на ризик разом з компанією з метою отримання прибутку, дивідендів тощо.

Тому сучасному підприємству, яке обрало шлях корпоративного інноваційного підприємництва, сьогодні набагато легше здолати складний шлях до успіху, маючи таких співробітників. Але єдиний шлях до конструктивного розвитку полягає лише у тісній співпраці з ними на партнерських умовах та запевненні робітників у повному їх захисті з боку компанії у процесі здійснення такої діяльності.

Перелік посилань

1. Чернышев С. Корпоративное предпринимательство: от смысла к предмету. *Библиотека «Полка букиниста»* : веб-сайт . URL: http://polbu.ru/chernyshev_corpbusiness/

2. Базылев И. В., Вороненко В. В. Проблемы мотивации современного предпринимательства. *Социально-гуманитарные знания*. 2013. № 8: сайт. URL: <http://elibrary.ru> (дата звернення 31.01.2019).

3. The Paradox of Corporate Entrepreneurship. *Strategy+Business* : сайт. URL: <https://www.strategy-business.com/article/8276?gko=8c782> (дата звернення 31.01.2019).

4. The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *ResearchGate* : сайт. URL: https://www.researchgate.net/publication/274753917_The_Role_of_Entrepreneurial_Orientation_in_Stimulating_Effective_Corporate_Entrepreneurship (дата звернення 31.01.2019).

5. Белоусова О. Корпоративное предпринимательство: как вдохнуть жизнь в устоявшийся бизнес. Москва: НП «Клуб директоров по науке и инновациям», 2012. 23 с. : сайт. URL: <https://kneu.edu.ua> (дата звернення 31.01.2019).

6. Івашина С. Ю., Івашина О. Ф. Інститут соціальної відповідальності в процесі розвитку корпоративного підприємництва: тези доповіді. Академія митної служби України: сайт. URL: http://www.rusnauka.com/15_NPN_2009/Economics/46100.doc.htm (дата звернення 31.01.2019).
7. Ажажа М. А. Інноваційне підприємництво як чинник економічного зростання держави. *Державне регулювання процесів економічного і соціального розвитку. Теорія та практика державного управління*. 2009. Вип. 2 (25) : сайт. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2009-2/doc/3/06.pdf> (дата звернення 31.01.2019).
8. Drucker Peter Ferdinand. Management: Tasks, Responsibilities, Practices : TRUMAN TALLEY BOOKS / E.P. DUTTON / New York . 553 p. : сайт. URL: <http://markethinkzone.com/wp-content/uploads/2013/06/Management-Tasks-Responsibilities-Practices-by-Peter-Drucker.pdf> (дата звернення 31.01.2019).
9. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посібник. Київ: Пульсари, 2015. 278 с. : сайт. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/27600/1/Bazhal_Innovatsiine_pidpnyemnytstvo_2015.pdf (дата звернення 31.01.2019).
10. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. 397 с. : сайт. URL: http://fk.vntu.edu.ua/images/documents/mon_08.pdf (дата звернення 31.01.2019).
11. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. Львів : Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. Видавн. центр Львівського нац. ун-ту ім. І. Франка, 2001. 607 с.
12. Підприємництво, або Як завести власну справу і домогтися успіху. Поради підприємцю : сайт. URL: <http://bibliograph.com.ua/biznes-55/29.htm> (дата звернення 31.01.2019).

References

1. Chernyshev, S. “Corporate entrepreneurship: from the meaning to the subject”. [“Korporativnoye predprinimatel'stvo: ot smysla k predmetu”], available at: http://polbu.ru/chernyshev_corpbusiness/ (last accessed 31.01.2019).
2. Bazylev, I. V., Voronenko, V. V. (2013), Problems of motivation of modern entrepreneurship [“Problemy motivatsii sovremennogo predprinimatel'stva”], *Socio-humanitarian knowledge*, No. 8, available at: <http://elibrary.ru> (last accessed 31.01.2019).
3. “The Paradox of Corporate Entrepreneurship”, available at: <https://www.strategy-business.com/article/8276?gko=8c782> (last accessed 31.01.2019).
4. “The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship”, available at: https://www.researchgate.net/publication/274753917_The_Role_of_Entrepreneurial_Orientation_in_Stimulating_Effective_Corporate_Entrepreneurship (last accessed 31.01.2019).
5. Belousova, O. (2012), *Corporate entrepreneurship: how to breathe life into an established business* [Korporativnoye predprinimatel'stvo: kak vdokhnut' zhizn' v ustoyavshiyasya biznes], NP Club of Directors on Science and Innovations, Moscow, 23 p., available at: <https://kneu.edu.ua> (last accessed 31.01.2019).
6. Ivashina, S. Yu., Ivashina, O. F. “Institute of Social Responsibility in the Process of Corporate Entrepreneurship Development” [Instytut sotsial'noyi vidpovidal'nosti v protsesi rozvytku korporatyvnoho pidpryyemnytstva], *Academy of Customs Service of Ukraine*, available at: www.rusnauka.com/15_NPN_2009/Economics/46100.doc.htm (last accessed 31.01.2019).
7. Azhazha, M. A. (2009), “Innovative entrepreneurship as a factor of economic growth of the state” [Innovatsiyne pidpryyemnytstvo yak chynnyk ekonomichnoho zrostannya derzhavy], *State regulation of processes of economic and social development. Theory and practice of public administration*, No. 2 (25), P. 1-6,

available at: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2009-2/doc/3/06.pdf> (last accessed 31.01.2019).

8. Drucker, F. P. *Management: Tasks, Responsibilities, Practices* : Truman Talley Books, New York, 553 p., available at: <http://markethinkzone.com/wp-content/uploads/2013/06/Management-Tasks-Responsibilities-Practices-by-Peter-Drucker.pdf> (last accessed 31.01.2019).

9. Bajal, Y., Bakushevich, I., Venaisaar, U. and others (2015), *Innovative entrepreneurship: creativity, commercialization, ecosystem: teaching* [*Innovatsiyne pidpryyemnytstvo: kreatyvnyist', komertsializatsiya, ekosystema*], Pulsari, Kyiv, 278 p., available at: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/27600/1/Bazhal_Innovatsiine_pidpryyemnytstvo_2015.pdf (last accessed 31.01.2019).

10. Zyanko, V. V. (2008), *Innovative entrepreneurship: the essence, mechanisms and forms of development* [*Innovatsiyne pidpryyemnytstvo: sutnist', mekhanizmy i formy rozvytku*], UNIVERSUM-Vinnytsya, Vinnytsya, 397 p., available at: http://fk.vntu.edu.ua/images/documents/mon_08.pdf (last accessed 31.01.2019).

11. Krupka, M. I. (2001), *Financial and credit mechanism of innovative development of the economy of Ukraine* [*Finansovo-kredytnyy mekhanizm innovatsiynoho rozvytku ekonomiky Ukrayin*], Lviv National University, Lviv, 607 p.

12. “Entrepreneurship, or How to start your own business and succeed. Tips for the entrepreneur” [*Pidpryyemnytstvo, abo Yak zavesty vlasnu spravu i domohtysia uspikhu. Porady pidpryyemtsiu*], available at: <http://bibliograph.com.ua/biznes-55/29.htm> (last accessed 31.01.2019).

УДК 330.3; JEL Classification: O31

Солопун Н. М. КОРПОРАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО – ІННОВАЦІЙНІ ПРОПОЗИЦІЇ ТА ПРОАКТИВНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ПІДГРУНТЯ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТИХ ПОЗИЦІЙ НА РИНКУ

Мета: дослідити доцільність впровадження у менеджмент сучасного підприємства засад корпоративного підприємництва як способу виходу з вірогідної кризи та шлях до оновлення бізнес-моделі підприємства. Кожне підприємство докладає неабияких зусиль для створення стійких конкурентних позицій у швидко змінюваному та жорсткому ринковому середовищі. Тому й пошуки новітніх підходів до вдосконалення цього процесу мають тривати постійно. **Методика дослідження:** теоретичного узагальнення та загальнологічні прийоми пізнання – для розгляду існуючої інформації щодо встановленого питання. **Результати дослідження:** у роботі запропонований удосконалений термін, а саме корпоративне інноваційне підприємництво, який має підкреслювати інноваційний характер підприємницької діяльності співробітників підприємства з метою досягнення стійких конкурентних позицій, оновлення бізнес-моделі та рестартінгу бізнесу. **Наукова новизна:** запропонований у роботі удосконалений термін «корпоративне інноваційне підприємництво» звертає увагу на важливу роль проактивного креативного підходу співробітників до розробки нових продуктів для підприємства, що забезпечує освоєння нового ринку, чи утримання існуючих конкурентних позицій. **Практична значущість:** від залучення до процесу корпоративного підприємництва компанія матиме змогу отримувати значний ефект, зокрема покращення фінансових показників; стабільне зростання за рахунок саме власних розробок, а не через придбання «чужого» бізнесу; інновації, що спрямовані на покращення внутрішніх процесів підприємства та розширення та оновлення портфеля продуктів підприємства, представлених на ринку. Необхідність впровадження засад корпоративного підприємництва, зокрема його удосконаленої форми – корпоративного інноваційного підприємництва надасть змогу топ-менеджменту підприємства засвоїти новий інструмент управління компанією у швидкоплинному та жорсткому конкурентному середовищі.

Ключові слова: корпоративне підприємництво; корпоративне інноваційне підприємництво; проактивність; конкурентні позиції; менеджмент; трансформація бізнес-моделі.

УДК 330.3; JEL Classification: O31

Солопун Н. М. КОРПОРАТИВНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО – ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОПОЗИЦИИ И ПРОАКТИВНОСТЬ РАБОТНИКОВ КАК ОСНОВОЙ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТОМ ПОЗИЦИЙ НА РЫНКЕ

Цель: исследовать целесообразность внедрения в менеджмент современного предприятия основ корпоративного предпринимательства как способа выхода из вероятного кризиса и путь к обновлению бизнес-модели предприятия. Каждое предприятие прилагает огромные усилия для создания устойчивых конкурентных позиций в быстро изменяющемся и жестком рыночной среде. Поэтому и поиски новых подходов к совершенствованию этого процесса должны продолжаться постоянно. **Методы исследования:** теоретического обобщения и общелогические приемы познания – для рассмотрения существующей информации по указанному вопросу. **Результаты исследования:** в работе предложен усовершенствованный термин, а именно корпоративное инновационное предпринимательство, который подчеркивает инновационный характер предпринимательской деятельности сотрудников предприятия с целью достижения устойчивых конкурентных позиций, обновления бизнес-модели и рестартига бизнеса. **Научная новизна:** усовершенствованный термин «корпоративное инновационное предпринимательство» обращает внимание на важную роль проактивного креативного подхода сотрудников к разработке новых продуктов для предприятия, обеспечивает освоение нового рынка, или удержание существующих конкурентных позиций. **Практическая значимость:** от вовлечения в процесс корпоративного предпринимательства компания сможет получить значительный эффект, в частности улучшение финансовых показателей; стабильный рост за счет именно собственных разработок, а не через приобретение «чужого» бизнеса; инновации, направленные на улучшение внутренних процессов предприятия и расширения и обновления портфеля продуктов предприятия, представленных на рынке. Необходимость внедрения принципов корпоративного предпринимательства, в частности его усовершенствованной формы – корпоративного инновационного предпринимательства позволит топ-менеджменту предприятия освоить новый инструмент управления компанией в быстроизменяющейся и жесткой конкурентной среде.

Ключевые слова: корпоративное предпринимательство; корпоративное инновационное предпринимательство; проактивность; конкурентные позиции; менеджмент; трансформация бизнес-модели.

UDC 330.3; JEL Classification: O31

N. Solopun CORPORATE ENTERPRISE – INNOVATIVE PROPOSALS AND PROACTIVITY OF EMPLOYEES AS A SUBSIDIARY FOR ACHIEVING COMPETITIVE POSITIONS ON THE MARKET

Purpose: to investigate the expediency of introducing the principles of corporate entrepreneurship into the management of a modern enterprise as a way out of a credible crisis and the path to updating the business model of the enterprise. Each company makes great efforts to create sustainable competitive positions in a rapidly changing and hard market environment. Therefore, the search for new approaches to improving this process should be continued. **Methodology of the research:** theoretical generalization and general methods of cognition - for consideration of existing information on the established question. **The researching results:** in the work proposed advanced term, namely, corporate innovation entrepreneurship, which should emphasize the innovative nature of entrepreneurial activity of the employees of the company in order to achieve sustainable competitive positions, updating the business model and restarting business. **Scientific novelty:** the improved term "corporate innovation entrepreneurship" draws attention to the important role of the proactive creative approach of employees to the development of new products for the enterprise, which ensures the development of a new market, or the maintenance of existing competitive positions. **Practical significance:** from involvement in the process of corporate entrepreneurship, the company will be able to get a significant effect, including improved financial performance; stable growth due to its own development, and not because of the acquisition of "someone else's" business; innovations aimed at improving the internal processes of the enterprise and expanding and updating the portfolio of products of the enterprise, presented on the market. The necessity of implement the principles of corporate entrepreneurship, in particular its advanced form – corporate innovation entrepreneurship, will enable top management of the company to acquire a new management tool for a company in a fast and rigid competitive environment.

Key words: corporate entrepreneurship; corporate innovation entrepreneurship; proactivity; competitive position; management; transformation of business model.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Солопун Наталія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: solopunnataliya@gmail.com; ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-8958-9303>.
Моб. 066-049-09-17/

Солопун Наталья Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Solopun Nataliya – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.