

Близнюк Тетяна Павлівна

к.е.н., викладач кафедри

менеджменту та бізнесу ХНЕУ

УДК 658.589

Особливості інноваційних процесів вітчизняних підприємств електронного бізнесу

Основними світовими тенденціями формування сучасного суспільства є перехід до «нової інформаційної економіки», яка базується на інтелектуальних ресурсах, наукоміємних та інформаційних технологіях. Одним з основних напрямків розвитку «нової економіки» є феномен «високотехнологічних компаній», що використовують Інтернет як основний економічний ресурс [7]. Саме тому для підприємств, які безпосередньо займаються електронним бізнесом основною умовою існування є постійна активна інноваційна діяльність за можливими напрямками.

Теоретичні та практичні дослідження інноваційних процесів на підприємстві висвітлені в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених: В. Гриньової, Т. Лепейко, Н. Маренкова, А. Пилипенка, В. Семиноженка та ін.

Дослідженням феномену «інформаційної економіки» займаються такі провідні вчені, як: В. Геєць, С. Глазьев, В. Іноземцев, М. Кастельс, Б. Кваснюк, В. Кушлін, О. Пушкар, В. Семиноженко, Ю. Яковець тощо.

Однак певні теоретичні та науково-практичні аспекти проблеми, пов'язані з визначенням особливостей інноваційних процесів підприємств, що займаються електронним бізнесом, розроблені ще не досить повно.

Ключовим фактором розвитку підприємств електронної комерції стають інновації, за умови їх постійного та ефективного використання на всіх стадіях виробництва та реалізації товарів і послуг. Незалежно від того, як швидко підприємство адаптується до електронного бізнесу, ключем до його успіху є новаторство, основою якого є здатність виявляти тенденції до того, як їх усвідомлюють інші [1]. Тому в умовах інформаційної економіки інноваційний потенціал підприємства повинен визначатися не тільки лише імітаційною

здібністю підприємств до сприйняття «чужих» нововведень і новацій, але й здатністю самим «створювати майбутнє», виробляти самостійно поліпшуючі зміни і нові цінності [1].

Під інноваційним потенціалом підприємства розуміється здатність суб'єкта господарювання виробляти нову, наукоємку продукцію, відповідну вимогам ринку. Зниження рівня інноваційного потенціалу призводить до погіршення ринкових позицій, зниження об'ємів реалізації і втрати можливостей подальшого розвитку підприємства. Інноваційний потенціал залежить від того, наскільки виробнича система підприємства готова сприйняти ту або іншу інновацію. Саме тому на сучасних підприємствах достатньою умовою активізації інноваційної діяльності підприємства є наявність високого рівня їх інноваційній сприйнятливості [5].

Інноваційний потенціал підприємства та його персоналу — це, по суті, ключовий чинник майбутнього успіху Інтернет-компанії. Безперервний пошук перспективних ідей і напрямів створює необхідну базу для здійснення оптимального вибору для подальшого розвитку підприємства.

Компанія, яка володіє значним інноваційним потенціалом і (або) усвідомлено прагне його формувати й розвивати, можна вважати інноваційною. Інноваційність підприємства є важливою конкурентною перевагою та необхідною умовою для існування електронного бізнесу, бо вона дозволяє своєчасно захистити бізнес від виникаючих погроз з боку зовнішнього середовища через систему випереджаючого і безперервного пошуку нових можливостей виживання, адаптації й розвитку. При цьому посилюються адаптивні здібності підприємства, розширюється горизонт ухвалення управлінських рішень, зростають різноманітність та варіативність продуктів і технологій.

На інноваційному підприємстві заохочуються пошукові роботи і раціоналізаторські пропозиції, творчість й натхнення, азарт і уява, нові думки та ідеї. Кожен співробітник постійно розмірковує про вдосконалення своєї роботи (висока міра залученості персоналу до інновацій), обговорює з колегами

якість бізнес-процесів та продукції (робота в команді), прагне до здобуття нових знань, розвиває свої творчі здібності, цікавість, ініціює нові ідеї та проекти [4]. І, навпаки, на підприємствах з низьким інноваційним потенціалом переважають рутинні одноманітні операції, і для працівників характерними рисами стають байдужість, дратівливість, конфліктність, синдром хронічної втоми тощо.

Особливістю інноваційного процесу сучасної Інтернет-компанії є його комплексність і безперервність [1].

Принцип комплексності проявляється у визначенні інновацій, як нововведень у всіх сферах господарської діяльності компанії з метою досягнення довгострокової ефективності, шляхом прогнозування і адаптації до будь-яких змін у зовнішньому середовищі. Інноваційна діяльність компаній не зводиться лише до розробки й впровадження нового продукту, і охоплює і такі найважливіші сфери управління компанії, як маркетинг, організаційну побудову, управління персоналом тощо. При одночасному впровадженні цілого комплексу взаємодоповнюючих нововведень в різних областях функціонування компанії досягається значне підвищення її конкурентоспроможності [1].

Безперервність інноваційного процесу – це постійне реагування на динамічні зміни, що означає є результатом комплексної постійної взаємодії між учасниками, організаціями і факторами зовнішнього середовища. Стійка інноваційна система підприємства не тільки допомагає вирішити насущні проблеми, але й створює нові потужності, відкриває можливості для подальших інновацій [8].

На основі аналізу робіт [3, 9-14] визначено та систематизовано особливості організації інноваційних процесів у електронному та традиційному бізнесі (табл.).

Успіх реалізації інноваційного процесу на підприємстві залежить багато в чому від професіоналізму керівництва компаній в плані створення необхідної організаційної структури, здатної стимулювати творчу ініціативу персоналу, генерувати безліч нових ідей та оптимізувати процес реалізації інноваційних

проектів. Тому в електронній комерції компанії поступово перейшли від традиційної поетапної моделі інноваційного процесу до гнучкої моделі. Особливостями гнучкої моделі інноваційного процесу є [12]:

- 1) фази процесу перекривають одна іншу: технологія може бути розроблена на будь-якій фазі інноваційного процесу, і це пов'язано з виникненням необхідного моменту;
- 2) високий рівень ефективності досягається лише за умов високо динамічного зовнішнього середовища.

Таблиця

Особливості інноваційного процесу на різних типах підприємств

Ознака	Підприємства	
	традиційний бізнес	електронний бізнес
Управління інноваціями	Централізація	Децентралізація
Довгострокове планування інновацій	Топ менеджери	Топ менеджери
Поточне планування інновацій	Менеджери середньої ланки	Менеджери нижчої ланки
Напрямки інноваційної співпраці	1) періодичні відносини з університетами і НДІ з метою придбання готових інновацій; 2) періодичні розробки власних інновацій	1) активна співпраця з університетами і НДІ для оптимізації використання результатів фундаментальних досліджень і створення бази для результативних досліджень прикладного характеру 2) створення венчурних фондів і стимулювання венчурного підприємництва усередині компаній
Модель інноваційного процесу	Поетапна	Гнучка
Інноваційна культура	Відсутня	Наявна та постійно розвивається

Швидкість впровадження інновацій на електронному ринку повинна бути більш високою ніж у інших галузях, оскільки рік відповідно до мережевих інновацій дорівнює 35 календарним дням [6]. Цю проблему Інтернет-компанії вирішують шляхом приєднання інноваційних процесів до поточної діяльності співробітників, коли інновації стають обов'язковою частиною роботи. А тому нові ідеї народжуються на всіх рівнях відповідно до «штатного розкладу».

Відповідно до результатів проведеного дослідження автором визначено, що компанії, які працюють у мережі Інтернет повинні бути інноваційними компаніями, і тому необхідно постійно: 1) використовувати досвід інших компаній; 2) збільшувати швидкість свого бізнесу тобто розробляти нові системи, засновані на найкращих розробках сьогодення – «бізнес зі швидкістю думки» (Білл Гейтс) [2]; 3) концентрувати увагу на задоволенні споживачів; 4) збільшувати компанію та об'єднувати сайти з партнерами; 5) розширювати існуючу аудиторію; 6) здійснювати бізнес як у мережі, так і за її межами; 7) диверсифіковувати напрямки діяльності (нові можливості при обслуговуванні клієнтів, зміст сайту).

В умовах інформаційної економіки саме такі компанії, які безперервно впроваджують інновації, будуть створювати і заново відкривати ринки, продукти, послуги і моделі бізнесу – все, що веде до подальшого їх зростання. За такими компаніями майбутнє, і тому основними рекомендаціями подальшого розвитку вітчизняних підприємств електронного бізнесу є їх поєднання інноваційності та високотехнологічності. Тому напрямками подальшого дослідження є розробка організаційно-економічного забезпечення створення таких компаній.

Література

1. Безбородов А., Раджапов М. Тенденции развития инновационной деятельности отрасли телекоммуникаций / <http://www.uznet.net/content/view/194/59>.
2. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. Изд. 2-е, исправленное. – М.: Эксмо, 2005. – 480 с.
3. Інновації: проблеми науки і практики: Монографія. – Х.: ВД „ІНЖЕК”, 2006. – 336 с. – Бібліограф.: Після кожного розділу.
4. Наянова К. И-бизнес: в начале пути // <http://www.ibusiness.ru/offline/2002/202/17211>.
5. Пилипенко А.В. Инновационная активность российских предприятий: условия роста: Научное издание / Российская академия наук. Институт истории естествознания и техники имени С.И. Вавилова. – М.: Маркет ДС, 2003. – 432 с. – (Академическая серия). – Библиогр.: С.409-426.
6. Саундерс Р. Бизнес-путь: Amazon.com. Секреты самого успешного сетевого бизнеса. – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 240 с.

7. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: В 3 т. Т.2: Інноваційно-технологічний розвиток економіки / За ред. В.М. Гейця, В.П. Семиноженка, Б.Є. Квасюка. – К. Фенікс, 2007. – 564 с. – Бібліограф.: С.543-557.

8. Черкасов Н.А. Электронный бизнес – проявление глобализации и условие эффективной интеграции национальных хозяйств // Проблемы современной экономики. – № 1(9). / <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=19281>.

9. Черненко М. «Оседлать» возможности Интернет для прибыльного роста / Рынок и капитал. – 2001. / http://www.bbe.kiev.ua/Articles/2001_market&capital.html.

10. Яковец Ю. В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций: Научное издание – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2003. – 411 с. – Библиогр.: После каждой главы.

11. E-commerce / <http://e-commerce.com.ua/8321>.

12. http://www.icsti.su/rus_ten3/1000ventures/a/business_guide/innovation_mgmt_main.htm

1.

13. http://www.icsti.su/rus_ten3/1000ventures/a/business_guide/im_process_main.html.

14. <http://www.web100.com.ua/rus/technologies/materials/future/index.html>.